



***The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library***

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search  
<http://ageconsearch.umn.edu>  
[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.



## **Il commercio internazionale degli oli di oliva italiani e pugliesi: un'analisi comparata**

**Bernardo De Gennaro, Luigi Roselli, and Umberto Medicamento**

*Paper prepared for presentation at the XVI Meeting SIEA  
Trieste, Italy, June 5-6, 2008*

*Copyright 2008 by Bernardo De Gennaro, Luigi Roselli, and Umberto Medicamento. All rights reserved.  
Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided  
that this copyright notice appears on all such copies.*

# **Il commercio internazionale degli oli di oliva italiani e pugliesi: un'analisi comparata**

*Bernardo De Gennaro, Luigi Roselli, Umberto Medicamento<sup>1</sup>*

## **1. Introduzione**

Il settore olivicolo-oleario italiano deve confrontarsi con una intensificazione della pressione competitiva, principalmente dei nostri *competitor* europei ed extra-europei del bacino del Mediterraneo. Nel 2010 tra i Paesi dell'Unione Europea (UE) e i Paesi del Sud Mediterraneo dovrebbe essere attivata un'area di libero scambio che riguarderà anche il commercio di oli di oliva, che verosimilmente accrescerà ulteriormente la pressione competitiva sul nostro sistema produttivo.

Recentemente sono state sviluppate alcune analisi tese a valutare le dinamiche recenti nel mercato mondiale degli oli di oliva e l'attuale struttura del commercio (Pupo D'Andrea, 2007) e la valutazione della posizione e della specializzazione commerciale dei Paesi mediterranei nel mercato mondiale degli oli di oliva (Bernini Carri e Sassi, 2007).

Questi lavori, pur fornendo un quadro completo del mercato mondiale degli oli di oliva, analizzano i flussi commerciali ad un livello di aggregazione che non consente di discernere le differenze nella struttura e nelle dinamiche dei flussi delle differenti tipologie di olio (dati fonte FAO, Nazioni Unite ed Eurostat). Queste, com'è noto, hanno caratteristiche commerciali e destinazioni d'uso differenti. Si passa, infatti, da oli commestibili di più alta qualità (extravergine e vergine) a quelli, commestibili ma di più basso livello qualitativo (olio di oliva), fino agli oli non direttamente commestibili (olio lampante o olio di sansa grezzo) che possono divenire commestibili solo dopo un processo industriale di raffinazione e miscelazione con oli vergini.

Questa ricerca, invece, intende focalizzare l'attenzione sui singoli segmenti del mercato degli oli di oliva (extravergine e vergine, lampante e altri oli di oliva), procedendo ad una valutazione delle dinamiche recenti e della

---

<sup>1</sup> Bernardo De Gennaro e Luigi Roselli sono, rispettivamente, professore associato e assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Economia e Politica Agraria, Estimo e Pianificazione Rurale - Università degli Studi di Bari. Umberto Medicamento è dottorando di ricerca presso Dipartimento di Scienze delle Produzioni, dell'Ingegneria, della Meccanica e dell'Economia applicate - Università degli Studi di Foggia. Il lavoro è frutto della comune riflessione degli Autori, tuttavia Bernardo de Gennaro ha curato il coordinamento della ricerca e la stesura dei par. 5 e 6, Luigi Roselli quella del par. 3 e 4, Umberto Medicamento quella del par. 1 e 2. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto "Ricerca ed Innovazione per l'Olivicoltura Meridionale" (RIOM), finanziato dal MIPAAF.

struttura attuale dell'interscambio dell'Italia e di uno dei suoi principali bacini produttivi, la Puglia<sup>2</sup>.

L'obiettivo del lavoro è, quindi, individuare e interpretare gli eventuali cambiamenti nei flussi commerciali con l'estero e nella capacità competitiva dell'Italia e della Puglia per le singole qualità di olio di oliva. Allo stesso tempo si vuole comprendere se e come è cambiato il ruolo di questa regione negli scambi con l'estero delle varie qualità di olio, in rapporto alle restanti regioni italiane.

Il presente studio è organizzato in quattro paragrafi più le conclusioni. Dopo un'introduzione, il secondo paragrafo sintetizza i risultati delle analisi più recenti sulle principali caratteristiche dei mercati internazionali dell'olio d'oliva. Il terzo paragrafo presenta i dati utilizzati e la metodologia adottata. Il quarto paragrafo comprende i risultati dell'analisi condotta per l'Italia e per la Puglia, per le differenti qualità di olio considerate. Seguono infine le conclusioni.

## **2. Il mercato mondiale dell'olio d'oliva: stato dell'arte**

I crescenti consumi di oli di oliva hanno recentemente destato un nuovo interesse verso il mercato internazionale di questo prodotto. La comunità scientifica non è rimasta indifferente, proponendo diversi approcci analitici. Dalla rassegna dei contributi più importanti presenti in letteratura è possibile delineare le caratteristiche più importanti di questo mercato.

Il primo effetto dell'aumento dei consumi è stato un aumento della complessità degli scambi internazionali e del ruolo dei maggiori Paesi produttori ed esportatori. Le prospettive di profitto hanno attratto l'attenzione di gruppi industriali multinazionali i cui interessi sono trasversali a quelli nazionali, ed influenzano, quindi, le relazioni commerciali tra i diversi Paesi (Anania, Pupo D'Andrea, 2007).

L'industria olearia ha vissuto di recente una modificaione dei rapporti di forza attraverso la creazione di *partnership* e processi di acquisizione che hanno interessato anche il nostro Paese e che devono essere presi in considerazione nella interpretazione della attuale configurazione dei flussi commerciali<sup>3</sup>. Allo stesso tempo i trattati e gli accordi commerciali internazionali hanno ridisegnato la mappa degli scambi, principalmente sotto l'in-

---

<sup>2</sup> In questa regione si coltivano circa 370mila ettari di oliveti, pari a quasi un terzo della superficie olivicola italiana, e sono stati prodotti in media negli ultimi quattro anni (2003-2006) circa 198mila tonnellate di olio pari al 32,6% della produzione di oli di oliva dell'Italia (ISTAT, 2006).

<sup>3</sup> Nel marzo 2005, il gruppo spagnolo SOS Cuetara, la seconda azienda spagnola quotata nel settore alimentare, ha portato a termine l'acquisizione di Minerva Oli S.p.A. cui appartiene lo storico marchio Sasso. Risale, invece, al marzo 2006 l'acquisizione, da parte dello stesso gruppo, di Carapelli Firenze S.p.A., altro storico marchio italiano passato sotto il controllo di imprese estere, avvenuta attraverso la partecipata al 100% Minerva Oli S.p.A.

fluenza della globalizzazione e della liberalizzazione dei mercati (Dell'Acqua, 2005; Mili e Zuniga, 2001).

La domanda di oli di oliva è cresciuta anche qualitativamente con una fascia sempre più ampia di consumatori che domanda olio di qualità. Di conseguenza il mercato oggi appare più segmentato che in passato e le aziende, ad ogni livello, seguono differenti strategie commerciali in funzione della loro struttura e dei loro obiettivi.

L'associazione tra la dieta mediterranea e l'olio di oliva, ha fatto sì che l'origine del prodotto sia interpretata sempre più come garanzia ed indicazione di qualità superiore. Le denominazioni di origine rappresentano in misura crescente uno strumento di marketing, oltre che di tutela delle produzioni locali (Scarpa, Del Giudice, 2004). Inoltre, la cucina mediterranea è ormai considerata uno *status symbol*, incrementando il contenuto edonistico associato al consumo degli alimenti che ne fanno parte.

L'offerta di oli di oliva, d'altro canto, è concentrata in pochi Paesi storicamente produttori (Spagna, Italia, Tunisia, Grecia) i quali sono tradizionalmente anche i maggiori consumatori. Le prospettive di crescita della domanda hanno, però, attratto nuovi investimenti in questo comparto in Paesi che si che, pur non avendo una lunga tradizione olivicola, hanno iniziato a produrre quantità non trascurabili di oli di oliva (es. Cile, Argentina, Australia, ecc.). Allo stesso tempo grandi importatori di olio hanno recentemente ampliato il loro portafoglio clienti, spesso diventando un referente importante per alcune aree geografiche (si veda, ad esempio, gli Stati Uniti).

L'ottenimento di posizioni di vantaggio competitivo sui mercati internazionali non è una prerogativa esclusiva della fase culturale o di estrazione. Anzi, l'esperienza nel reperimento di prodotti di qualità diversa nei diversi bacini di produzione internazionali e nella loro miscelazione per ottenere un prodotto omogeneo e/o conforme alle aspettative dei differenti mercati, rappresenta per l'industria olearia un fondamentale fattore di successo. I Paesi esportatori sono, quindi, altamente differenziati sotto questo profilo. Per questo motivo, analisi di mercato differenziate rispetto alle qualità di olio, forniscono spesso risultati più interessanti (Anania, Pupo D'Andrea 2007).

In letteratura sono stati usati e testati diversi approcci che potessero fornire strumenti interpretativi agili e in grado di sintetizzare una vasta quantità di informazione. La maggior parte degli studi analizzano il ruolo dei Paesi più attivi sullo scenario degli scambi internazionali di olio d'oliva, o su flussi bilaterali di prodotto. Alcuni studi hanno esplorato le prospettive, i punti di forza e di debolezza sia del mercato, che di singoli attori utilizzando ad esempio la *S.W.O.T. analysis*, (Karray, Mili, 2006).

Altri studi hanno fatto uso di tavole input/output, di modelli economici (ad esempio *Partial Equilibrium*, o *Computable General Equilibrium*) od

econometrici (Alavarez-Coque et al., 2006). Altre analisi hanno fatto uso di indici descrittivi che aiutassero a delineare la posizione dei singoli attori sul mercato (Pupo d'Andrea, 2007).

### **3. Dati utilizzati e metodologia**

Le informazioni utilizzate in questo lavoro derivano dai dati raccolti ed elaborati dall'ISTAT sul commercio estero di oli di oliva.<sup>4</sup> Si tratta di dati annuali, di import ed export, in quantità e in valore a prezzi correnti, disaggregati per categorie merceologiche e per Paese di destinazione o di provenienza. La serie storica utilizzata copre un periodo di dodici anni, dal 1995 al 2006.

Le qualità di olio considerate, sia per i flussi commerciali nazionali che per quelli della Puglia, fanno riferimento alla riaggregazione merceologica in “Nuovi Gruppi” (NG) dei codici della Nomenclatura combinata ad 8 cifre (NC8) effettuata dall'INEA nell'elaborazione della banca dati sul commercio agroalimentare (INEA, 2007). Questa classificazione suddivide gli oli di oliva nelle seguenti categorie:

1. olio extravergine di oliva e olio vergine di oliva (NC8: 15091090);
2. olio di oliva lampante (NC8: 15091010);
3. altri oli di oliva, in questa voce sono comprese tutte le altre categorie merceologiche: dall'olio di oliva (miscela di olio raffinato e olio di oliva vergine diverso dal lampante) all'olio di oliva raffinato, l'olio di sansa grezzo, l'olio di sansa raffinato e l'olio di sansa di oliva (miscela di olio di sansa di oliva raffinato e olio di oliva vergine diverso dal lampante) (corrispondenti ai seguenti codici NC8: 15099000, 15100010 e 15100090).

Il limite più rilevante di questa classificazione riguarda la categoria degli “altri oli di oliva”, un raggruppamento molto disomogeneo al suo interno. Essa comprende, infatti, sia oli commestibili che oli non commestibili da sottoporre a processo di raffinazione e/o miscelazione. Tuttavia, non disponendo dei dati ISTAT relativi a singoli codici NC8 per gli scambi dell'Italia, l'utilizzo di questa classificazione è stata una scelta obbligata.

Un altro limite insito nei dati utilizzati, riconducibile alla metodologia di rilevazione dell'ISTAT, concerne l'impossibilità di discernere tra olio sfuso e olio confezionato, tra oli indifferenziati e oli a più alto valore aggiunto (DOP, IGP, biologico, etc.).

---

<sup>4</sup> Nello specifico i dati utilizzati per l'analisi del commercio estero della Puglia sono stati ottenuti mediante richiesta di elaborazione personalizzata al servizio “coeweb” dell'ISTAT (ISTAT, 2008), mentre i dati sui flussi commerciali dell'Italia sono stati ricavati dalla banca dati allegata alla pubblicazione INEA (INEA, 2007), anch'essi di fonte ISTAT.

I dati così classificati sono stati elaborati con la finalità di analizzare l'evoluzione e la struttura attuale degli scambi internazionali dell'Italia e della Puglia<sup>5</sup> per ogni categoria di olio di oliva considerata.

Per valutare la struttura attuale del commercio estero nazionale e regionale di oli di oliva sono stati utilizzati i dati medi di import ed export rilevati nell'ultimo quadriennio (2003-2006). L'evoluzione degli scambi è stata analizzata, invece, considerando le medie quadriennali (1995-1998, 1999-2002 e 2003-2006) di import/export per tipologia di olio. L'utilizzo delle medie quadriennali è servito a depurare i dati annuali dall'effetto delle oscillazioni produttive interne ed esterne al territorio nazionale o regionale<sup>6</sup>.

L'analisi è stata completata con la comparazione della *performance* competitiva regionale con quella nazionale e con la valutazione dell'eventuale cambiamento del ruolo della Puglia nella determinazione degli scambi nazionali con l'estero di oli d'oliva.

Le elaborazioni sono state effettuate sui volumi e sui valori a prezzi correnti delle importazioni e delle esportazioni e i principali indici utilizzati sono quelli più frequentemente riportati nella letteratura sul commercio internazionale:

- a) il saldo normalizzato (SN), calcolato come rapporto percentuale tra il valore del saldo commerciale e il valore complessivo dell'interscambio;
- b) il grado di copertura commerciale (GCC), calcolato come rapporto percentuale tra il volume delle esportazioni e il volume delle importazioni;
- c) la ragione di scambio (RS), calcolata come rapporto tra il valore medio unitario delle esportazioni e il valore medio unitario delle importazioni;
- d) la propensione all'export (PE), calcolata come rapporto percentuale tra il valore delle esportazioni e il valore della produzione.

## 4. L'analisi

### 4.1 Struttura ed evoluzione del commercio estero di oli di oliva dell'Italia

L'Italia è il secondo produttore mondiale di oli di oliva e il maggior consumatore, seguita da Spagna e Stati Uniti. Nel commercio mondiale di oli di oliva, il nostro Paese gioca un ruolo di primissimo piano essendo il

<sup>5</sup> Si precisa che i dati regionali utilizzati, forniti dall'ISTAT, non tengono conto dei movimenti di oli di oliva tra la Puglia e le altre regioni italiane. Questa circostanza non consente di valutare la natura e l'entità delle relazioni commerciali della Puglia con il resto dell'Italia.

<sup>6</sup> Il fenomeno dell'alternanza produttiva nella coltivazione di olive da olio, è un fenomeno abbastanza diffuso, nonostante recenti pratiche agronomiche e culturali ne abbiano ridotto l'entità rispetto al passato.

principale Paese importatore, precedendo gli Stati Uniti, e il secondo esportatore, cedendo il primato alla Spagna (Pupo D'Andrea, 2007).

Nonostante la rilevante produzione interna, pari mediamente a circa 608mila tonnellate (2003-2006), l'Italia è strutturalmente deficitaria nel commercio estero di questo prodotto. Il saldo negativo nel quadriennio 2003-2006 è stato mediamente di quasi 180mila tonnellate corrispondenti a più di 206milioni di euro.

Gli scambi con l'estero di oli di oliva rappresentano, inoltre, una componente importante della bilancia agroalimentare italiana, anch'essa strutturalmente in deficit, con un peso che nello stesso periodo si è attestato mediamente al 4,6% del valore complessivo delle importazioni di prodotti agroalimentari e al 5,4% delle esportazioni.

Le importazioni di oli di oliva dell'Italia sono composte prevalentemente da olio extravergine e vergine (73,8% in valore) e all'incirca nella stessa proporzione da lampante (14,7%) e da "altri oli di oliva" (11,5%). Anche tra le esportazioni prevalgono le vendite di extravergine e vergine (quasi il 66,1% in valore), ma con un peso percentuale più basso rispetto all'import. Solo una ridotta percentuale dell'export riguarda il lampante (2,2% in valore), mentre quasi un terzo dell'export totale è appannaggio degli "altri oli di oliva" (31,7%) che rappresentano l'unico segmento di mercato con un saldo positivo (vedi tab. 1).

Questi primi dati ci confermano che l'offerta nazionale non è in grado di soddisfare con la sola produzione la domanda interna e si deve necessariamente ricorrere all'acquisto di oli di oliva sui mercati esteri, in particolare di extravergine e vergine. Gli oli importati, però, sono utilizzati dall'industria olearia nazionale non solo per soddisfare la domanda interna, ma anche per alimentare i flussi di esportazione. Nel mercato mondiale degli oli di oliva, infatti, l'Italia gioca un ruolo di primo piano sia sul segmento degli oli extravergine e vergine di oliva che degli "altri oli di oliva". Le competenze tecniche e di mercato acquisite nel corso degli anni dall'industria olearia nazionale e l'immagine positiva nel mondo del "made in Italy" consentono l'acquisto di oli di oliva sui mercati esteri che, previa trasformazione e/o miscelazione con oli di oliva italiani, vengono riesportati prevalentemente in forma confezionata.

Tabella 1 - Struttura del commercio estero di oli di oliva dell'Italia (2003-2006)

	IMPORT		EXPORT		SALDO	
	quantità (tonn.)	valore (.000 €)	quantità (tonn.)	valore (.000 €)	quantità (tonn.)	valore (.000 €)
Extrav. e verg.	360.540	978.776	200.839	739.805	-159.701	-238.971
Lampante	82.734	194.820	10.312	24.259	-72.422	-170.561
Altri oli di oliva	73.701	152.038	126.293	354.685	52.592	202.647
<b>Totale olio</b>	<b>516.974</b>	<b>1.325.635</b>	<b>337.444</b>	<b>1.118.750</b>	<b>-179.531</b>	<b>-206.885</b>
<b>Tot. A.A.</b>	<b>38.274.083</b>	<b>28.745.839</b>	<b>21.872.957</b>	<b>20.604.411</b>	<b>-16.401.126</b>	<b>-8.141.429</b>
	IMPORT		EXPORT		SALDO	
	quantità %	valore %	quantità %	valore %	quantità %	valore %
Extrav. e verg.	69,7	73,8	59,5	66,1	89,0	115,5
Lampante	16,0	14,7	3,1	2,2	40,3	82,4
Altri oli di oliva	14,3	11,5	37,4	31,7	-29,3	-98,0
<b>Totale olio</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Olio / Tot. A.A.</b>	<b>1,4</b>	<b>4,6</b>	<b>1,5</b>	<b>5,4</b>	<b>1,1</b>	<b>2,5</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati INEA, 2007

Passando ad un prima valutazione dell'evoluzione degli scambi nazionali complessivi nel periodo considerato (1995-2006), emerge una crescita costante in volume e in valore sia dell'import che dell'export, un peggioramento del deficit commerciale in volume (+6,6%) e un suo miglioramento in valore (-19,5%).

Le esportazioni di oli di oliva hanno fatto registrare alla fine del periodo considerato un incremento percentuale maggiore rispetto alle importazioni, determinando il miglioramento del saldo normalizzato (+ 8%) e il miglioramento del grado di copertura commerciale (dal 54,2% al 65,3%). Tra il primo e il secondo quadriennio è migliorata la ragione di scambio, tornata poi al livello iniziale nell'ultimo periodo (2003-2006, vedi tab. 2).

Tabella 2 - Evoluzione degli scambi complessivi di oli di oliva dell'Italia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006		
Import (tonn.)	367.294	484.989	516.974	149.681	40,8
Import (.000 €)	891.111	928.303	1.325.635	434.524	48,8
Export (tonn.)	198.916	293.534	337.444	138.528	69,6
Export (.000 €)	634.223	789.622	1.118.750	484.527	76,4
Saldo (tonn.)	-168.378	-191.455	-179.531	-11.153	6,6
Saldo (.000 €)	-256.888	-138.682	-206.885	50.003	-19,5
<i>SN</i>	<i>-16,8</i>	<i>-8,1</i>	<i>-8,5</i>		
<i>GCC</i>	<i>54,2</i>	<i>60,5</i>	<i>65,3</i>		
<i>RS</i>	<i>1,3</i>	<i>1,4</i>	<i>1,3</i>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati INEA, 2007

Per una migliore comprensione della struttura attuale e dell’evoluzione recente del commercio degli oli di oliva italiani, nei paragrafi successivi sono presentati i risultati dell’analisi per i singoli segmenti di mercato.

#### 4.1.1 Gli scambi con l’estero dell’Italia nel segmento degli oli extravergine e vergine di oliva

Quello degli oli extravergine e vergine è il segmento del mercato che copre la quota in valore più elevata sia all’import (73,8%) che all’export (66,1%). L’Italia si approvvigiona da 40 Paesi, ma i primi 4 (Spagna, Grecia, Tunisia e Siria) forniscono ben il 97,5% del valore complessivo delle importazioni. Per quanto riguarda le esportazioni il portafoglio clienti è molto ampio ed è costituito da 99 Paesi, con i primi 8 Paesi (Stati Uniti, Germania, Francia, Regno Unito, Giappone, Canada, Svizzera, Spagna) che totalizzano l’81,1% del valore totale delle esportazioni. Quasi un terzo del valore dell’export (31,6%) è destinato agli USA, poco più di un terzo (33,8%) a Germania, Francia e Regno Unito nel loro complesso.

Passando ad analizzare l’evoluzione degli scambi negli ultimi dodici anni (vedi tab. 3), emerge che in questo periodo vi è stato un incremento sia delle importazioni (+65,9% in valore) che delle esportazioni italiane (+116,3% in valore). Il tasso di crescita medio annuo dell’export (+9,7% in valore) è stato quasi doppio rispetto a quello dell’import (+5,5% in valore) determinando una leggera riduzione del deficit commerciale in valore (-3,6%). A questi risultati positivi ha fatto da contrappeso il peggioramento del saldo in termini quantitativi (+28,6%) per effetto di un maggior incremento in termini assoluti del volume delle importazioni rispetto a quello delle esportazioni.

Anche se sono aumentati gli acquisti dell’Italia sui mercati esteri, nel complesso è migliorata la *performance* competitiva dell’Italia sul mercato degli oli di più alta qualità: sono migliorati il saldo normalizzato (da -25,3% a -14,3%) e l’indice di copertura commerciale (dal 43,2% al 55,7%), è più che raddoppiato il valore dell’olio esportato (+116,3%), con un differenza positiva del prezzo medio tra gli oli esportati e quelli importati che si è mantenuta stabile (+0,97€/Kg), sebbene con un leggero peggioramento della ragione di scambio nell’ultimo quadriennio.

Tabella 3 - Evoluzione degli scambi di oli extravergine e vergine di oliva dell’Italia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006		
Import (tonn.)	218.792	320.468	360.540	141.748	64,8
Import (.000 €)	590.055	661.636	978.776	388.721	65,9
Export (tonn.)	94.627	164.804	200.839	106.212	112,2
Export (.000 €)	342.089	499.246	739.805	397.717	116,3
Saldo (tonn.)	-124.166	-155.665	-159.701	-35.536	28,6
Saldo (.000 €)	-247.967	-162.390	-238.971	8.996	-3,6
<i>SN</i>	<i>-25,3</i>	<i>-13,8</i>	<i>-14,3</i>		
<i>GCC</i>	<i>43,2</i>	<i>51,4</i>	<i>55,7</i>		
<i>RS</i>	<i>1,3</i>	<i>1,5</i>	<i>1,4</i>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati INEA, 2007

#### 4.1.2 Gli scambi con l'estero dell'Italia nel segmento dell'olio lampante di oliva

L'olio lampante di oliva è un prodotto intermedio dell'industria olearia che necessita di essere raffinato e miscelato con oli vergini di oliva prima di essere destinato al consumo finale. In questo segmento di mercato l'Italia è prevalentemente un Paese importatore (tab.4). Questa posizione commerciale è determinata dalla capacità dell'industria olearia nazionale di "valorizzare" questo olio di bassa qualità che, previa raffinazione e miscelazione, trova ancor ampi spazi di mercato, soprattutto all'estero.

I partner commerciali sono 30 per l'import e 73 per l'export. Tra i primi 8 mercati di approvvigionamento vi sono la Spagna e altri 6 Paesi produttori della sponda nord del bacino del Mediterraneo (Tunisia, Spagna, Grecia, Siria, Marocco e Turchia) che nell'insieme forniscono il 99,9% del valore complessivo delle importazioni. Le limitate quantità di olio lampante di oliva esportate, pari a circa 10mila tonnellate, sono destinate per ben il 81% alla Spagna, a cui seguono alcuni Paesi UE ed extra-UE con più alto reddito.

Nel corso del periodo considerato, tuttavia, l'Italia ha ridotto significativamente gli acquisti dall'estero (-22,1% in quantità e -15,8% in valore) ed ha aumentato il volume (+122%) e il valore (+63,7%) delle esportazioni, migliorando il grado di copertura commerciale dal 4,4 al 12,5%. Il saldo normalizzato è migliorato ma il prezzo implicito delle esportazioni si è ridotto e si è allineato a quello degli oli lampanti importati, come emerge anche dall'andamento della ragione di scambio (vedi tab. 4).

Questo andamento degli scambi di olio lampante che in apparenza potrebbe apparire positivo in realtà segnala che, nel corso del periodo oggetto d'indagine, vi è stato un ridimensionamento dell'attività produttiva dell'industria di raffinazione nazionale a vantaggio, verosimilmente, della Spagna e degli altri Paesi produttori del Mediterraneo.

Tabella 4 - Evoluzione degli scambi di olio lampante di oliva dell'Italia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006		
Import (tonn.)	106.212	107.450	82.734	-23.478	-22,1
Import (.000 €)	231.335	191.808	194.820	-36.514	-15,8
Export (tonn.)	4.645	3.235	10.312	5.667	122,0
Export (.000 €)	14.816	7.020	24.259	9.444	63,7
Saldo (tonn.)	-101.567	-104.215	-72.422	29.145	-28,7
Saldo (.000 €)	-216.519	-184.788	-170.561	45.958	-21,2
<i>SN</i>	<b>-88,0</b>	<b>-92,9</b>	<b>-77,9</b>		
<i>GCC</i>	<b>4,4</b>	<b>3,0</b>	<b>12,5</b>		
<i>RS</i>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	<b>1,0</b>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati INEA, 2007

#### 4.1.3 Gli scambi con l'estero dell'Italia nel segmento degli “altri oli di oliva”

Come già accennato in precedenza la classe degli “altri oli di oliva” è al suo interno molto variegata potendo comprendere sia oli commestibili sfusi o confezionati (olio di oliva e olio di salsa di oliva) che oli non commestibili, da raffinare (olio di salsa grezzo) o già raffinati (olio di oliva raffinato, olio di salsa raffinato). E’ però possibile ipotizzare che la componente più consistente sia costituita, per le importazioni, da olio di oliva raffinato allo stato sfuso e, per le esportazioni, da olio di oliva confezionato.

Anche in questo caso a fronte di un limitato numero di fornitori (27 Paesi), vi è un ampio portafoglio di clienti (94 Paesi). Tra i fornitori i primi 2 (Spagna e Turchia) coprono più del 76% del valore totale delle importazioni, a cui seguono in ordine di importanza Grecia, Marocco Tunisia e Siria che assommano a circa il 22,9%.

I principali 8 mercati di sbocco (Stati Uniti, Giappone, Australia, Canada, Regno Unito, Paesi Bassi, Germania e Taiwan) assorbono quasi l’80% delle esportazioni italiane di “altri oli di oliva”. Come per le altre due tipologie di olio di oliva i principali mercati di approvvigionamento sono quelli dei Paesi produttori del bacino del Mediterraneo, UE ed extra-UE, mentre i principali mercati di sbocco sono Paesi sviluppati non produttori o non produttori tradizionali, a conferma della specializzazione commerciale dell’Italia nelle attività di trasformazione a più alto valore aggiunto.

In questo segmento di mercato l’Italia è un Paese esportatore netto con un valore delle esportazioni più che doppio rispetto alle importazioni. Nel corso del periodo considerato, tuttavia, sono aumentati notevolmente gli acquisti dall’estero (+74,3 in quantità e +118% in valore) e in misura minore le esportazioni (+26,7% in quantità e +27,9% in valore) indicando, quindi,

una peggioramento della capacità competitiva sui mercati internazionali per questa categoria di prodotti. Il saldo commerciale, infatti, pur mantenendosi positivo, è peggiorato sia in termini quantitativi (-8,3%), che in valore (-2,4%), così come è peggiorato il saldo normalizzato, l'indice di copertura commerciale e la ragione di scambio (vedi tab. 5). Si è ridotto, infatti, il margine positivo di prezzo tra oli esportati e oli importati da 1,13 a 0,75€/Kg.

Questo andamento è da interpretare congiuntamente alle dinamiche rilevate per il segmento dell'olio lampante di oliva: le importazioni di lampante sono state parzialmente sostituite dalle importazioni di "altri oli di oliva", per effetto del già citato ridimensionamento della competitività dell'industria di raffinazione nazionale.

Tabella 5 - Evoluzione degli scambi di "altri oli di oliva" dell'Italia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006	(1995-2006)	(1995-2006)
Import (tonn.)	42.290	57.071	73.701	31.411	74,3
Import (.000 €)	69.722	74.860	152.038	82.317	118,1
Export (tonn.)	99.645	125.496	126.293	26.648	26,7
Export (.000 €)	277.319	283.356	354.685	77.366	27,9
Saldo (tonn.)	57.355	68.425	52.592	-4.763	-8,3
Saldo (.000 €)	207.597	208.496	202.647	-4.950	-2,4
<i>SN</i>	<b>59,8</b>	<b>58,2</b>	<b>40,0</b>		
<i>GCC</i>	<b>235,6</b>	<b>219,9</b>	<b>171,4</b>		
<i>RS</i>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,4</b>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati INEA, 2007

Tabella 6 - Principali partner commerciali dell'Italia (2003-2006)

Paesi	IMPORT							
	Extraverg. e verg.		Lampante		Altri oli di oliva			
	.000 €	%	.000 €	%	.000 €	%		
Spagna	553.843	56,6	Tunisia	71.038	36,5	Spagna	68.865	45,3
Grecia	227.620	23,3	Spagna	49.679	25,5	Turchia	46.804	30,8
Tunisia	149.074	15,2	Grecia	31.670	16,3	Grecia	12.170	8,0
Siria	23.669	2,4	Siria	21.054	10,8	Marocco	11.601	7,6
Francia	6.796	0,7	Turchia	11.742	6,0	Tunisia	9.812	6,5
Turchia	5.614	0,6	Marocco	8.343	4,3	Siria	1.225	0,8
Marocco	3.821	0,4	Libia	910	0,5	Belgio	525	0,3
Argentina	2.253	0,2	Algeria	236	0,1	Stati Uniti	318	0,2
<i>Altri 32 Paesi</i>	<i>6.087</i>	<i>0,6</i>	<i>Altri 22 Paesi</i>	<i>150</i>	<i>0,1</i>	<i>Altri 19 Paesi</i>	<i>718</i>	<i>0,5</i>
<b>Totale</b>	<b>978.776</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	<b>194.820</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	<b>152.038</b>	<b>100,0</b>
EXPORT								
Paesi	Extraverg. e verg.		Lampante		Altri oli di oliva			
	.000 €	%	.000 €	%	.000 €	%		
	233.590	31,6	Spagna	19.650	81,0	Stati Uniti	183.472	51,7
Germania	139.769	18,9	Germania	1.104	4,5	Giappone	28.023	7,9
Francia	70.834	9,6	Svizzera	682	2,8	Australia	20.214	5,7
Regno Unito	39.719	5,4	Stati Uniti	543	2,2	Canada	16.108	4,5
Giappone	37.349	5,0	Francia	496	2,0	Regno Unito	13.916	3,9
Canada	31.895	4,3	Grecia	382	1,6	Paesi Bassi	8.736	2,5
Svizzera	28.607	3,9	Canada	217	0,9	Germania	6.073	1,7
Spagna	18.216	2,5	Regno Unito	167	0,7	Taiwan	5.891	1,7
<i>Altri 91 Paesi</i>	<i>139.828</i>	<i>18,9</i>	<i>Altri 65 Paesi</i>	<i>1.020</i>	<i>4,2</i>	<i>Altri 86 Paesi</i>	<i>72.253</i>	<i>20,4</i>
<b>Totale</b>	<b>739.805</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	<b>24.259</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	<b>354.685</b>	<b>100,0</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati INEA, 2007

## **4.2 Struttura ed evoluzione del commercio estero di oli di oliva della Puglia**

La Puglia, con circa 198mila tonnellate di oli di oliva (media del quadriennio 2003-2006) pari al 32,6% della produzione olearia italiana, rappresenta uno dei principali bacini di produzione nazionale. Il suo peso si riduce leggermente se si considera l'incidenza della produzione pugliese in valore ai prezzi di base correnti (28%), per effetto di un più basso valore medio unitario della produzione (ISTAT, 2008). La struttura produttiva regionale mostra, già da questo dato, una minore capacità di valorizzazione, nonostante l'elevata qualità di gran parte delle produzioni olearie regionali.

Il commercio estero di oli di oliva della Puglia ha una rilevanza sul commercio agroalimentare regionale ben più elevato rispetto al dato nazionale, a testimonianza della specializzazione produttiva di questa regione. Nel quadriennio 2003-2006, infatti, l'incidenza sul valore dell'import e dell'export agroalimentare regionale è stata rispettivamente del 20,5% e del 13,2% per la Puglia contro il 4,6% e il 5,4% dell'Italia.

Nonostante la produzione regionale di oli di oliva sia eccedentaria rispetto ai consumi di questo territorio, anche la Puglia ha un deficit strutturale degli scambi internazionali che, nell'ultimo quadriennio, è stato mediamente pari a quasi 49mila tonnellate corrispondente a circa 90milioni di euro. Questo valore corrisponde a ben il 62,7% del deficit della bilancia agroalimentare regionale.

Nella composizione delle importazioni prevalgono, alla stregua del dato nazionale, gli oli extravergine e vergine di oliva (70%), mentre si differenzia per il maggiore il peso dell'olio lampante (20,7%) a discapito degli "altri oli di oliva" (9,3%).

Significative differenze si rilevano anche nella composizione dell'export della Puglia rispetto a quello dell'Italia: l'incidenza degli oli di oliva di più alta qualità è prevalente (55%), ma più bassa rispetto al dato nazionale.

Ad un'analogia rilevanza dell'export degli "altri oli di oliva" (30,1%) corrisponde un incidenza ben più elevata delle esportazioni di lampante (14,9%). Anche per la Puglia l'unico segmento del mercato degli oli di oliva con un saldo commerciale positivo è quello degli "altri oli di oliva", in questo caso solo in valore e non in volume.

Tabella 7 - Struttura del commercio estero di oli di oliva della Puglia (2003-2006)

	IMPORT		EXPORT		SALDO	
	quantità (tonn.)	valore (.000 €)	quantità (tonn.)	valore (.000 €)	quantità (tonn.)	valore (.000 €)
Extrav. e verg.	54.662	139.857	16.959	60.528	-37.704	-79.329
Lampante	18.351	41.376	7.645	16.417	-10.707	-24.959
Altri oli di oliva	14.570	18.553	14.270	33.148	-300	14.595
<b>Totale olio</b>	<b>87.584</b>	<b>199.785</b>	<b>38.873</b>	<b>110.092</b>	<b>-48.711</b>	<b>-89.693</b>
<b>Tot. AA</b>	<b>n.d.</b>	<b>975.070</b>	<b>n.d.</b>	<b>831.952</b>	<b>n.d.</b>	<b>-143.119</b>
	IMPORT		EXPORT		SALDO	
	quantità %	valore %	quantità %	valore %	quantità %	valore %
Extrav. e verg.	62,4	70,0	43,6	55,0	77,4	88,4
Lampante	21,0	20,7	19,7	14,9	22,0	27,8
Altri oli di oliva	16,6	9,3	36,7	30,1	0,6	-16,3
<b>Totale olio</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Olio / Tot. A.A.</b>	<b>n.d.</b>	<b>20,5</b>	<b>n.d.</b>	<b>13,2</b>	<b>n.d.</b>	<b>62,7</b>

Quando si passa ad analizzare l'evoluzione degli scambi con l'estero della Puglia si rileva la notevole crescita negli anni tra il 1995 e il 2006 sia delle importazioni (+92,7%), che delle esportazioni (+82,1%). La crescita più intensa dell'import rispetto all'export ha determinato il raddoppio del deficit commerciale in volume (+107,4%) e il peggioramento del saldo normalizzato (da -26,3% a -28,9%). Il grado di copertura commerciale tuttavia è aumentato dal 42% al 44%, mentre è peggiorata la ragione di scambio nell'ultimo quadriennio (vedi tab. 8).

Questo andamento degli scambi commerciali indica un sostanziale deterioramento della posizione competitiva della Puglia, in contrasto rispetto alle dinamiche rilevate a livello nazionale, che può essere meglio compreso attraverso la disamina dei flussi commerciali per ciascuno dei segmenti del mercato degli oli di oliva presentata nei paragrafi successivi.

Tabella 8 - Evoluzione degli scambi complessivi di oli di oliva della Puglia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006	(1995-2006)	(1995-2006)
Import (tonn.)	47.815	81.421	87.584	39.769	83,2
Import (.000 €)	103.701	139.026	199.785	96.085	92,7
Export (tonn.)	20.098	29.042	38.873	18.775	93,4
Export (.000 €)	60.461	69.251	110.092	49.631	82,1
Saldo (tonn.)	-27.717	-52.379	-48.711	-20.994	75,7
Saldo (.000 €)	-43.240	-69.776	-89.693	-46.454	107,4
<i>SN</i>	<i>-26,3</i>	<i>-33,5</i>	<i>-28,9</i>		
<i>GCC</i>	<i>42,0</i>	<i>35,7</i>	<i>44,4</i>		
<i>RS</i>	<i>1,4</i>	<i>1,4</i>	<i>1,2</i>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008

#### 4.2.1 Gli scambi con l'estero della Puglia nel segmento degli oli extravergine e vergine di oliva

Le importazioni di oli extravergine e vergine di oliva rappresentano circa il 70% dell'import regionale di oli di oliva. Le importazioni provengono da 18 diversi Paesi ma anche per la Puglia i principali mercati di approvvigionamento sono quelli dell'area del Mediterraneo e in particolare Spagna, Grecia e Tunisia che insieme forniscono il 98,4% in valore delle importazioni.

Le esportazioni, invece, hanno un peso più contenuto, rispetto al dato nazionale, pari a circa il 55%, dell'export complessivo oli di oliva e sono indirizzate verso 101 Paesi, ma per la gran parte (90,3%) finiscono negli USA, Giappone, Spagna, Germania, Svizzera, Francia, Australia e Canada.

Analizzando i mercati di destinazione spicca la maggiore importanza per la Puglia, rispetto all'Italia, del mercato giapponese che rappresenta per questa regione il più importante partner commerciale subito dopo gli Stati Uniti, precedendo la Spagna e i mercati del nord Europa.

Dall'analisi dell'evoluzione dei flussi commerciali emerge un dato che merita particolare attenzione. Nonostante l'ampia produzione regionale di oli extravergini e vergini di oliva, che coprirebbero abbondantemente le esigenze del consumo regionale, nel corso dell'intero periodo considerato gli acquisti oltre frontiera sono all'incirca raddoppiati, così come le vendite e il deficit commerciale. Il saldo normalizzato è leggermente peggiorato (da -38,3 a -38,9%), così come la ragione di scambio (da 1,5 a 1,4). E' migliorato, sia pure di poco, il grado di copertura commerciale (da 29,8 a 31%) (vedi tab. 9).

La Puglia, diversamente dall'intero sistema produttivo nazionale, ha visto peggiorare la sua posizione commerciale nel segmento degli oli di più alta qualità. Questo andamento è da ricondurre all'acuirsi delle difficoltà strutturali dell'industria di trasformazione regionale, già rilevate in precedenti studi (De Gennaro, 1996a), ovvero all'intensificarsi della pressione competitiva nazionale e internazionale.

Tabella 9 - Evoluzione degli scambi di oli extravergine e vergine di oliva della Puglia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006		
Import (tonn.)	27.515	47.960	54.662	27.147	98,7
Import (.000 €)	69.979	94.691	139.857	69.878	99,9
Export (tonn.)	8.198	14.568	16.959	8.761	106,9
Export (.000 €)	30.936	42.034	60.528	29.591	95,7
Saldo (tonn.)	-19.318	-33.392	-37.704	-18.386	95,2
Saldo (.000 €)	-39.043	-52.657	-79.329	-40.286	103,2
<i>SN</i>	<b>-38,3</b>	<b>-37,0</b>	<b>-38,9</b>		
<i>GCC</i>	<b>29,8</b>	<b>30,4</b>	<b>31,0</b>		
<i>RS</i>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1,4</b>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008

#### 4.2.2 Gli scambi con l'estero della Puglia nel segmento dell'olio lampante di oliva

Per la Puglia il segmento di mercato dell'olio lampante di oliva ha una rilevanza maggiore all'import (20,7%) rispetto all'export (14,9%). I mercati di approvvigionamento sono 5 ma i primi 3 (Tunisia, Spagna e Grecia) forniscono il 99,3% delle importazioni. Gli importatori di olio lampante pugliese sono 20 Paesi, con la Spagna che da sola assorbe l'84,5% del valore complessivo delle esportazioni.

Contrariamente alle dinamiche rilevate a livello nazionale questo segmento di mercato è cresciuto oltre che nelle vendite anche negli acquisti, facendo registrare un marcato miglioramento del saldo normalizzato e del grado di copertura commerciale, ma un netto peggioramento della ragione di scambio, determinato da un allineamento del valore medio unitario dell'export rispetto a quello dell'import. Anche in questo caso trattandosi di un prodotto intermedio quello che può apparire come un miglioramento della posizione commerciale della Puglia è in gran parte da ricondurre al ridimensionamento della capacità produttiva dell'industria di raffinazione regionale.

Tabella 10 - Evoluzione degli scambi di olio lampante di oliva della Puglia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006		
Import (tonn.)	11.937	18.461	18.351	6.414	53,7
Import (.000 €)	25.554	32.276	41.376	15.822	61,9
Export (tonn.)	3.068	1.387	7.645	4.577	149,2
Export (.000 €)	9.527	2.582	16.417	6.889	72,3
Saldo (tonn.)	-8.869	-17.074	-10.707	-1.837	20,7
Saldo (.000 €)	-16.027	-29.694	-24.959	-8.932	55,7
<i>SN</i>	<i>-62,1</i>	<i>-85,3</i>	<i>-42,4</i>		
<i>GCC</i>	<i>25,7</i>	<i>7,5</i>	<i>41,7</i>		
<i>RS</i>	<i>1,5</i>	<i>1,1</i>	<i>1,0</i>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008

#### 4.2.3 Gli scambi con l'estero della Puglia nel segmento degli altri oli di oliva

Gli scambi con l'estero della Puglia nel segmento degli "altri oli di oliva" hanno una rilevanza analoga a quella dell'Italia, pari al 11,5% del valore complessivo delle importazioni di oli di oliva regionale e al 31,7% delle esportazioni.

Il principale partner commerciale all'import è la Grecia, seguita da Spagna, Turchia, Tunisia, Portogallo e Marocco. Le esportazioni, diversamente da quanto avviene per il resto dell'Italia, vedono tra i principali mercati di destinazione, oltre che Paesi non produttori tradizionali (USA, Giappone, Australia e Germania), anche alcuni Paesi dell'area del Mediterraneo (Grecia, Tunisia, Spagna e Marocco). Questi ultimi importano "altri oli di oliva" ad un prezzo medio unitario più basso rispetto ai primi. Un dato che probabilmente è determinato dal fatto che in gran parte si tratta di olio raffinato non destinabile direttamente al consumo finale. Complessivamente i Paesi destinatari dell'export pugliese di "altri oli di oliva" sono 79.

Nell'ultimo quadriennio, la Puglia ha registrato mediamente un saldo positivo in valore, ma negativo in volume, a fronte di un saldo positivo sia in volume che in valore nel primo quadriennio considerato. Durante l'intero periodo la crescita più sostenuta del valore degli acquisti, rispetto alle vendite, ha determinato, infatti, un peggioramento del saldo normalizzato, che rimane, tuttavia, positivo. Si è ridotto il grado di copertura commerciale e la ragione di scambio, tutti segnali di un progressivo indebolimento della capacità di competere sui mercati internazionali (vedi tab. 11).

Tabella 11 - Evoluzione degli scambi di "altri oli di oliva" della Puglia (1995-2006)

	Valori medi quadriennali			var. ass.	var. %
	1995-1998	1999-2002	2003-2006		
Import (tonn.)	8.362	14.999	14.570	6.207	74,2
Import (.000 €)	8.168	12.059	18.553	10.385	127,1
Export (tonn.)	8.832	13.086	14.270	5.437	61,6
Export (.000 €)	19.998	24.634	33.148	13.150	65,8
Saldo (tonn.)	470	-1.913	-300	-770	-163,9
Saldo (.000 €)	11.830	12.575	14.595	2.765	23,4
<i>SN</i>	<i>37,2</i>	<i>34,1</i>	<i>30,2</i>		
<i>GCC</i>	<i>105,6</i>	<i>87,2</i>	<i>97,9</i>		
<i>RS</i>	<i>2,3</i>	<i>2,3</i>	<i>1,8</i>		

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008

Tabella 12 - Principali partner commerciali della Puglia (2003-2006)

IMPORT											
Paesi	Extraverg. e verg.		Paesi	Lampante		Paesi	Altri oli di oliva				
	.000 €	%		.000 €	%		.000 €	%			
Spagna	103.119	73,7	Tunisia	16.349	39,5	Grecia	7.219	38,9			
Grecia	21.398	15,3	Spagna	14.892	36,0	Spagna	5.713	30,8			
Tunisia	13.162	9,4	Grecia	9.837	23,8	Turchia	4.301	23,2			
Siria	1.395	1,0	Turchia	274	0,7	Tunisia	1.146	6,2			
Turchia	436	0,3	<i>Altri</i>	23	0,1	Portogallo	99	0,5			
Egitto	137	0,1	<b>Totale</b>	<b>41.376</b>	<b>100,0</b>	Marocco	39	0,2			
<i>Altri 12 Paesi</i>	210	0,2				<i>Altri 2 Paesi</i>	36	0,2			
<b>Totale</b>	<b>139.857</b>	<b>100,0</b>				<b>Totale</b>	<b>18.553</b>	<b>100,0</b>			
EXPORT											
Paesi	Extraverg. e verg.		Paesi	Lampante		Paesi	Altri oli di oliva				
	.000 €	%		.000 €	%		.000 €	%			
Stati Uniti	15.232	25,2	Spagna	15.223	92,7	Stati Uniti	13.881	41,9			
Giappone	13.885	22,9	Germania	585	3,6	Giappone	7.505	22,6			
Spagna	10.086	16,7	Grecia	231	1,4	Grecia	2.650	8,0			
Germania	5.487	9,1	Francia	195	1,2	Australia	2.273	6,9			
Svizzera	3.424	5,7	Svizzera	67	0,4	Tunisia	1.717	5,2			
Francia	3.327	5,5	Regno Unito	23	0,1	Germania	551	1,7			
Australia	1.664	2,7	Stati Uniti	22	0,1	Spagna	387	1,2			
Canada	1.580	2,6	Canada	14	0,1	Marocco	385	1,2			
<i>Altri 93 Paesi</i>	5.843	9,7	<i>Altri 20 Paesi</i>	55	0,3	<i>Altri 71 Paesi</i>	3.799	11,5			
<b>Totale</b>	<b>60.528</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	<b>16.417</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	<b>33.148</b>	<b>100,0</b>			

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008

## 5. Comparazione delle *performance* competitive sul mercato mondiale tra Puglia e Italia

A fronte del rilevante contributo della Puglia alla formazione dell'offerta nazionale di oli di oliva (32,6% in volume e 28% in valore) corrisponde un peso molto più limitato sul commercio estero di oli di oliva, pari al 12,7% del valore dell'interscambio nazionale. In particolare l'incidenza di questa regione sugli scambi nazionali è del 15,1% sul valore dell'import e del 9,8% sul quello dell'export.

Tra i tre segmenti di mercato considerati, è in quello dell'olio lampante di oliva che la Puglia incide maggiormente, con una percentuale sul volume e sul valore complessivo delle esportazioni pari, rispettivamente, al 27,9% e al 26,4%. L'incidenza più bassa, invece, si registra per le vendite all'estero di oli extra-verGINE e vergine di oliva (8,4% in volume e 8,2% in valore) (vedi tab. 13).

Tabella 13 - Ruolo della Puglia nel commercio estero di oli di oliva (2003-2006) (%)

Puglia / Italia	IMPORT		EXPORT		INTERSCAMBIO	
	quantità	valore	quantità	valore	quantità	valore
Extrav. e verg.	15,2	14,3	8,4	8,2	12,8	11,7
Lampante	22,2	21,2	74,1	67,7	27,9	26,4
Altri oli di oliva	19,8	12,2	11,3	9,3	14,4	10,2
<b>Totale olio</b>	<b>16,9</b>	<b>15,1</b>	<b>11,5</b>	<b>9,8</b>	<b>14,8</b>	<b>12,7</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008 e INEA, 2007

La Puglia, rispetto all'insieme delle altre regioni italiane, mostra significative differenze nella composizione percentuale degli scambi con l'estero. In particolare, il segmento di mercato dell'olio lampante di oliva ha un peso maggiore all'import (21% della Puglia contro il 15% delle altre regioni italiane), ma soprattutto all'export (19,7% della Puglia contro lo 0,9% delle altre regioni italiane).

Il confronto di alcuni indici del commercio estero relativi agli scambi complessivi di oli di oliva (vedi tab. 14) evidenziano la minore competitività internazionale di questa regione rispetto all'insieme delle altre regioni italiane. ParticolarmenTe basso appare il valore dell'indice propensione all'export (17,0%) comparato al dato medio delle altre regioni (60,6%). Questo dato mette chiaramente in evidenza tutte le difficoltà che il sistema produttivo regionale incontra nel cogliere le opportunità offerte dalla crescita, quantitativa e qualitativa, della domanda sui mercati internazionali. Anche gli altri indicatori (saldo normalizzato, grado di copertura commerciale e ragione di scambio), nonostante i limiti impliciti in questo tipo di analisi, che non tengono in considerazione i considerevoli flussi di prodotto verso le altre regioni (de Gennaro, 1996 b), segnalano una situazione di debolezza

za strutturale e di crescente difficoltà del sistema regionale nell'affrontare la sfida competitiva globale.

Tabella 14 - Confronto tra indici del commercio estero di oli di oliva (2003 – 2006)

	<b>Puglia</b>	<b>Altre regioni</b>	<b>Italia</b>
SN	-28,9	-5,5	-8,5
GCC	44,4	69,5	65,3
RS	1,24	1,29	1,29
PE	17	60,6	48,4

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008 e INEA, 2007

Se si compara l'evoluzione dei flussi regionali e nazionali per i singoli segmenti di mercato, emerge che il ruolo della Puglia nel commercio estero di oli di oliva dell'Italia è venuto modificandosi nel corso del dodicennio considerato (tab. 15).

Tabella 15 - Evoluzione del ruolo della Puglia nel commercio estero di oli di oliva (%)

Puglia / Italia	Extravergine e vergine			Lampante			Altri oli di oliva		
	1995-1998	1999-2002	2003-2006	1995-1998	1999-2002	2003-2006	1995-1998	1999-2002	2003-2006
Import (quantità)	12,6	15,0	15,2	11,2	17,2	22,2	19,8	26,3	19,8
Import (valore)	11,9	14,3	14,3	11,0	16,8	21,2	11,7	16,1	12,2
Export (quantità)	8,7	8,8	8,4	66,0	42,9	74,1	8,9	10,4	11,3
Export (valore)	9,0	8,4	8,2	64,3	36,8	67,7	7,2	8,7	9,3
Saldo (quantità)	15,6	21,5	23,6	8,7	16,4	14,8	0,8	-2,8	-0,6
Saldo (valore)	15,7	32,4	33,2	7,4	16,1	14,6	5,7	6,0	7,2

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008 e INEA, 2007

Nel corso degli anni il peso della Puglia sugli acquisti di extravergine e vergine di oliva è cresciuto, mentre si è ridimensionato sul versante delle vendite, e complessivamente è più che raddoppiata l'incidenza della Puglia sul deficit commerciale nazionale.

Questa regione ha accresciuto, invece, la sua importanza negli scambi di olio lampante di oliva sia sul versante delle vendite che su quello degli acquisti. Più di 2/3 delle esportazioni sono appannaggio di questa regione, mentre incide per il 22,2% sulle importazioni nazionali. Tra il 1995 e il 2006, mentre la Puglia ha fatto registrare, in termini relativi, incrementi consistenti degli acquisti, questi si sono ridotti nelle altre regioni. Le esportazioni sono cresciute in tutta Italia ma ad un ritmo meno sostenuto che in Puglia. Come già accennato, questo dato segnala un progressiva disattivazione dell'industria regionale dedita alla raffinazione del lampante che, in misura sempre maggiore, viene destinato all'esportazione verso le raffinerie spagnole.

Sul mercato degli “altri oli di oliva” non si sono verificati cambiamenti rilevanti nel ruolo della Puglia che è cresciuto solo leggermente, sia sul versante delle importazioni, che su quello dell’export.

Per quanto riguarda i valori medi unitari delle importazioni e delle esportazioni gli acquisti pugliesi di oli extravergine e vergine si sono mantenuti più convenienti rispetto al resto dell’Italia. Le vendite, invece, hanno perso il margine positivo del quadriennio 1995-1998, sino ad assestarsi ad un valore medio unitario inferiore rispetto a quello nazionale di circa 12 centesimi di euro al Kg.

La Puglia acquista e vende olio lampante a prezzi medi più contenuti rispetto alle altre regioni italiane, a testimonianza di un più basso livello qualitativo di questa categoria di prodotto.

Per gli “altri oli di oliva” è rimasto sostanzialmente invariato il differenziale negativo del valore unitario medio sia degli acquisti che delle vendite, rispetto alle altre regioni.

Tabella 16 - Differenze nei valori medi unitati dell’import/export di oli di oliva tra la Puglia e le altre regioni italiane (€/Kg)

		<b>1995-1998</b>	<b>1999-2002</b>	<b>2003-2006</b>
Extrav. e verg.	Δ P import	-0,18	-0,11	-0,18
	Δ P export	0,17	-0,16	-0,12
Lampante	Δ P import	-0,04	-0,04	-0,13
	Δ P export	-0,25	-0,54	-0,79
Altri oli di oliva	Δ P import	-0,84	-0,69	-0,98
	Δ P export	-0,57	-0,42	-0,55
<b>Totale oli di oliva</b>	<b>Δ P import</b>	<b>-0,30</b>	<b>-0,25</b>	<b>-0,34</b>
	<b>Δ P export</b>	<b>-0,20</b>	<b>-0,34</b>	<b>-0,55</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008 e INEA, 2007

Il confronto degli indici di commercio estero per i singoli segmenti di mercato segnala chiaramente la minore capacità competitiva di questa regione nel commercio di oli extravergini e vergini, come testimoniato dal più basso valore del saldo normalizzato e dal minor grado di copertura commerciale. Per gli “altri oli di oliva” la Puglia ha degli indici di SN e GCC più bassi rispetto al resto del Paese, ma una migliore ragione di scambio. Per il lampante ad una peggiore ragione di scambio corrispondono degli indici di SN e GCC più elevati, che, vanno interpretati come indicatori di un processo di disattivazione dell’industria regionale della raffinazione. Tale processo rende obbligata l’esportazione di una quota consistente della produzione regionale di olio lampante.

Tabella 17 - Confronto tra indici del commercio estero di oli di oliva, per ciascuna tipologia di olio di oliva (2003 – 2006)

	Extravergine e vergine		Lampante		Altri oli di oliva	
	Puglia	Altre regioni italiane	Puglia	Altre regioni italiane	Puglia	Altre regioni italiane
SN	-38,9	-10,5	-42,4	-90,3	30,2	41,3
GCC	31,0	60,1	41,7	4,1	97,9	189,4
RS	1,4	1,4	1,0	1,2	1,8	1,3

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT, 2008 e INEA, 2007

## 6. Conclusioni

La crescente concentrazione settoriale e il controllo da parte di gruppi industriali esteri della quasi totalità dei principali marchi nazionali impone di interrogarsi sull’evoluzione recente e l’attuale posizione competitiva del nostro Paese in questo particolare mercato. Com’è noto l’Italia a causa di un deficit strutturale si caratterizza per il suo ruolo di maggiore consumatore mondiale di oli di oliva e principale importatore. Una parte consistente di oli importati viene utilizzata non solo per soddisfare la domanda interna, ma anche per rifornire i mercati dei Paesi a più alto livello di reddito, dove la domanda di questo olio continua a crescere e a segmentarsi.

Con questa ricerca abbiamo tentato di fornire un contributo di analisi che, proprio in considerazione di queste evoluzioni, tenga conto dei flussi commerciali delle singole qualità di olio di oliva, confrontando, inoltre, le *performance* della Puglia, principale regione produttrice, con quelle del resto del Paese.

Dall’analisi svolta è emerso che l’Italia ha finora saputo conservare e migliorare la capacità di competere sui mercati internazionali, soprattutto per merito delle buone performance ottenute nel segmento degli oli di migliore qualità (extravergine e vergine), che fanno registrare un consistente miglioramento del saldo normalizzato (da -25,3% a -14,3%). Un risultato in gran parte determinato dalla capacità di accrescere il volume delle esportazioni (+112,2%) più di quello delle importazioni (64,8%), e dalla capacità di mantenere un differenziale positivo tra i prezzi all’export e quelli delle importazioni. L’unico segnale che desta una qualche preoccupazione è il leggero peggioramento della ragione di scambio verificatosi nell’ultimo quadriennio.

Per gli oli di più modesto profilo qualitativo (lampante) appaiono evidenti i segnali di un logoramento della capacità competitiva del sistema nazionale. Questa è testimoniata da una significativa riduzione degli acquisti dall’estero (-22,1% in quantità e -15,8% in valore), ma soprattutto dal consistente aumentato del volume (+122%) e del valore (+63,7%) delle esportazioni. Trattandosi, infatti, di un prodotto intermedio destinato esclusiva-

mente alla trasformazione industriale, il miglioramento del saldo normalizzato (da -88% a -77,9%) e del grado di copertura commerciale (dal 4,4% al 12,5%), segnalano il ridimensionamento in corso dell'industria di raffinazione nazionale a vantaggio di quella spagnola.

L'analisi ha anche documentato la minore competitività internazionale della Puglia rispetto all'insieme delle altre regioni italiane. Un elemento che viene chiaramente testimoniato dal confronto tra il valore della propensione all'export, pari per questa regione ad appena il 17%, rispetto al dato medio delle altre regioni che raggiunge il 60,6%. Questo dato sintetizza tutte le difficoltà che il sistema produttivo regionale incontra nel cogliere le opportunità offerte dalla crescita della domanda sui mercati internazionali. Del resto la debole posizione commerciale della Puglia su questo specifico mercato è in linea con quanto accade in tutte le regioni meridionali per il commercio estero di prodotti agroalimentari trasformati (Henke, 2006) ed è riconducibile ai limiti organizzativi e strutturali dell'industria alimentare meridionale.

Sempre di più nei prossimi anni le strategie di approvvigionamento delle imprese estere che controllano i principali marchi nazionali saranno un fattore determinante nella definizione dei flussi commerciali, soprattutto se non si riuscirà a dare concreta attuazione alla norma recentemente approvata dal nostro Paese (“Norme in materia di indicazioni obbligatorie nell’etichetta dell’olio vergine ed extravergine”, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale N.243 del 18 ottobre ed entrato in vigore il 17 gennaio 2008). Il decreto prevede l’obbligo di indicare in etichetta non solo il Paese di imbottigliamento dell’olio, ma anche il Paese o i Paesi da cui provengono le olive. Prima dell’entrata in vigore di tale decreto era possibile far passare per italiano un olio imbottigliato in Italia, ma ottenuto con oli e olive provenienti da altri paesi. A tale riguardo un lavoro recentemente pubblicato (Cicia, Del Giudice, Scarpa, 2006) ha confermato e quantificato in circa il 10% l’incremento di quota di mercato della produzione “*made in Italy*” derivante da una migliore informazione fornita ai consumatori sulla reale origine degli oli consumati.

## Bibliografia

- Anania G., Pupo D'Andrea M.R. (2007). *The global market for olive oil: actors, trends, policies, prospects and research needs*, 103 EAAE Seminar, Barcellona (Spagna), 23-25 aprile 2007.
- Bernini Carri C., Sassi M. (2007). *Il commercio dell'olio di oliva e i Paesi del bacino del Mediterraneo: struttura e competitività*, AGRIREGIONEUROPA n.10, Associazione Alessandro Bartola – Studi e ricerche di economia e politica agraria, Ancona.

- Cicia G., Del Giudice T., Scarpa R. (2006). Una stima dell'impatto sul benessere del consumatore italiano derivante da un'imperfetta tracciabilità dell'olio extra-verGINE di oliva, *Rivista di Economia Agraria* n.4, pp. 593-610.
- De Gennaro B. (1996a). *La prima trasformazione*, in Giuseppe De Meo (a cura di), La filiera olivicolo-olearia in Puglia, Puglia Grafica Sud, Bari, pp.121-132.
- De Gennaro B. (1996b). *Scambi commerciali internazionali diretti degli operatori pugliesi*, in Giuseppe De Meo (a cura di), La filiera olivicolo-olearia in Puglia, Puglia Grafica Sud, Bari, pp.187-200.
- De Gennaro B. (2005a). *Olive ed olio: un'analisi di filiera in Puglia*, in Gaetano Mareco (a cura di), Lo sviluppo dei sistemi agricoli locali. Strumenti per l'analisi delle politiche, ESI, Napoli, 163-212.
- Dell'Aquila, C. (2005). *Il commercio agricolo negli accordi con i Partner Mediiterranei dell'UE*, AGRIREGIONEUROPA n.3, Associazione Alessandro Bartola – Studi e ricerche di economia e politica agraria, Ancona.
- Henke R. (2006). *La specializzazione regionale del commercio agroalimentare italiano*, AGRIREGIONEUROPA n. 6, Associazione Alessandro Bartola – Studi e ricerche di economia e politica agraria, Ancona.
- Garcia-Alvarez-Coque, Jose-Maria, Martinez-Gomez, Victor and Villanueva, Mique (2006). *Modelling Euro-Mediterranean Agricultural Trade*, TRADEAG, Working Paper.
- INEA (2007). *Il commercio con l'estero dei prodotti agroalimentari – 2006*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli.
- ISMEA (2007). *La competitività dell'agroalimentare italiano – Check-up 2007*, Imago Media, Dragoni (CE).
- ISTAT (2008). Coeweb - Statistiche del commercio estero. <http://www.coeweb.istat.it/>.
- Karray B. (2006). *Olive oil world market dynamics and policy reforms: Implications for Tunisia*, paper presented at the 98 Seminar of the EAAE, Chania, 29 June - 2 July.
- Mili S., Zùniga M. R. (2001). *Exploring Future Developments in International Olive Oil Trade and Marketing: A Spanish Perspective*, Agribusiness, Vol. 17 (3), pp. 397–415.
- Pupo D'Andrea M.R. (2007). *Il mercato mondiale dell'olio di oliva: attori, dinamiche, prospettive e bisogni di ricerca*, AGRIREGIONEUROPA n.10, Associazione Alessandro Bartola – Studi e ricerche di economia e politica agraria, Ancona.
- Scarpa R., Del Giudice T. (2004). *Market Segmentation via Mixed Logit: Extra-Virgin Olive Oil in Urban Italy*, Journal of Agricultural & Food Industrial Organization, Vol.2, Article 7.