

Audizione del Presidente Foa Italia

Avv. Elio Maria Menta

Commissione 9^a Agricoltura e produzione agroalimentare
del Senato della Repubblica

AFFARE ASSEGNATO N. 833
“PROBLEMATICHE CONNESSE ALLA
REALIZZAZIONE DI UN NUOVO PIANO
PER L’OVICOLTURA”

Sommario

1	Premessa	3
2	Primo ambito strategico: <i>Ricerca e innovazione, sicurezza dei prodotti e dei lavoratori</i>	4
2.1	Ricerca e innovazione	4
2.2	Sicurezza dei prodotti e dei lavoratori	5
3	Secondo Ambito strategico: <i>Sostenibilità ambientale, fabbisogni finanziari e rapporti con enti finanziatori</i>	6
3.1	Fabbisogni finanziari degli operatori di settore.....	6
4	Terzo ambito strategico: <i>Marketing e Promozione</i>	7
4.1	Formazione per la produzione di qualità.....	7
5	Linee di azione proposte	8
5.1	Ricerca e innovazione	8
5.2	Sostenibilità ambientale e Fabbisogni finanziari	8
5.3	Marketing e Promozione, Formazione e Comunicazione	9

1 Premessa

L'impresa frantoio riveste un ruolo centrale all'interno della filiera olivicolo-olearia italiana per quanto riguarda gli obiettivi posti dalle strategie e dalla politica comunitaria. Può, infatti, fare da stimolo per tutto il settore per facilitare l'innovazione e l'efficientamento dei processi produttivi, l'utilizzo delle nuove tecnologie, la transizione ecologica e l'acquisizione di soluzioni di agricoltura 4.0.

L'impresa frantoio può divenire il soggetto aggregatore che può valorizzare le produzioni di olio EVO di qualità e canalizzarne l'offerta verso i grandi confezionatori/imbottiglieri. L'evoluzione dei frantoi verso un modello di impresa tecnologicamente avanzata ed integrata nella filiera può portare ad una maggiore remunerabilità della materia prima, al miglioramento della qualità del prodotto finito. Le innovazioni di prodotto e di processo devono perseguire oltre agli obiettivi di aumento della redditività anche quello che fa riferimento alla riduzione dell'impatto ambientale. Il frantoio deve essere considerato come protagonista del cambiamento del comparto olivicolo-oleario che miri a ottimizzare l'utilizzo della risorsa idrica e delle fonti energetiche, e a stimolare soluzioni che portino allo sviluppo di una economia circolare che si basi sulla valorizzazione dei sottoprodotti olivicolo-oleari. L'obiettivo strategico della sostenibilità ambientale richiederà investimenti in impianti, attrezzature, ammodernamento degli immobili, ecc., che devono essere bilanciati rispetto alle ordinarie esigenze gestionali. Inoltre, per aumentare la competitività, l'investimento in strutture di stoccaggio assume un ruolo strategico.

L'attuale sistema dei frantoi si trova ad affrontare sue proprie criticità strutturali, tra cui il processo produttivo concentrato in pochi mesi dell'anno, l'estrema frammentazione in migliaia di micro, piccole e medie imprese. In questo contesto di mercato, si inseriscono le riflessioni su politiche commerciali e di marketing relative soprattutto all'olio extravergine di oliva di eccellenza per il quale bisognerà trovare una migliore collocazione sia sul mercato interno che sui mercati esteri.

Le imprese frantoio devono essere spinte a “*creare rete*” al fine di favorire contesti e momenti di confronto e crescita professionale, nonché di essere rappresentate più efficacemente, come comparto, nei vari tavoli istituzionali.

2 Primo ambito strategico: *Ricerca e innovazione, sicurezza dei prodotti e dei lavoratori*

2.1 Ricerca e innovazione

La filiera olivicolo-olearia nazionale deve far fronte a molteplici fattori e criticità che impongono necessariamente un cambiamento. La prima sfida, tutta italiana, è data dal dilagare della **Xylella fastidiosa** che ha già messo in ginocchio una parte considerevole della regione più produttiva, senza che si sia provveduto ad adottare efficaci misure di contrasto o a sostenere in maniera strutturale la ricerca scientifica. Consapevoli del grande disagio che tale emergenza ha causato negli ultimi anni all'olivicoltura salentina ed a molti colleghi frantoiani, l'associazione FOA chiede alle Istituzioni un impegno tangibile e prioritario per sostenere le attività di ricerca già poste in essere dagli enti preposti.

In ambito più generale, se si considera l'elevato patrimonio olivicolo italiano, contrasta con l'eccessiva persistenza di **modelli di produzione** antiquati che rendono spesso i costi di produzione italiani non competitivi rispetto a quelli di altri Paesi. Partendo dall'urgente criticità posta dalla **Xylella fastidiosa** occorre riorganizzare la ricerca in olivicoltura per individuare e testare quali varietà possono resistere al patogeno e nel contempo, per aumentare la produttività degli oliveti ed abbassarne i costi di gestione, individuare le piante che possano essere utilizzati in impianti progettati secondo criteri maggiormente redditizi cercando, nel contempo, di valorizzare le eccellenti varietà che solo il nostro territorio nazionale possiede. L'ampia disponibilità genetica delle varietà olivicole italiane, oltre che essere percepita come il giusto volano per investire sulla qualità, può consentire di progettare nuovi impianti olivicoli biodiversi con interessanti prospettive legate a sistemi di impianto tecnologicamente avanzati, mantenendo la tipizzazione delle varietà autoctone in modo da valorizzare efficacemente il patrimonio olivicolo nazionale di fronte ai competitor internazionali.

Come associazione **intendiamo promuovere la raccolta di dati ed esperienze** che possano aiutare a selezionare varietà autoctone più performanti e adatte a sistemi di coltivazione di tipo intensivo e, in talune realtà, anche superintensivo.

Un nuovo ed efficace piano strategico sull'olivicoltura non può prescindere dal considerare l'importanza di sostenere ogni attività volta alla **creazione di corsi e/o master di specializzazione per formare figure professionali adatte agli imprenditori del settore** al fine di attuare tutte quelle tecniche colturali più adatte e performanti.

In tema di innovazione tecnologica va sottolineata l'importanza di strutturare un efficace percorso che permetta una gestione organica delle sanse liquide derivanti dalla molitura delle olive. Questa

criticità costituisce un limite al settore per i rischi connessi alla saturazione delle strutture produttive che utilizzano questo prodotto nel loro ciclo industriale. La difficoltà dei sansifici a ritirare la sansa bifasica e il rischio di saturazione dei biodigestori può essere in certi casi una vera e propria minaccia alla prosecuzione delle attività estrattive. Un nuovo piano di intervento di settore deve porre come priorità anche la promozione di linee guida per il corretto utilizzo dei sottoprodotti e accordi di filiera per l'utilizzo efficiente dei sottoprodotti della lavorazione: sansa, nocciolino, acque di vegetazione, foglie. Tale esigenza è stata ampiamente manifestata anche nell'ambito delle discussioni del secondo gruppo di lavoro, come si dirà nel prosieguo. L'impegno in tal senso deve essere alimentato dalla consapevolezza che tanto più si arriverà a dare un valore agli "scarti" di lavorazione, tanto più la filiera olivicola italiana diventerà sostenibile sia sul fronte economico che su quello ambientale.

2.2 Sicurezza dei prodotti e dei lavoratori

La ricerca e l'innovazione tecnologica in olivicoltura deve garantire il miglioramento degli standard sulla sicurezza per quanto concerne il prodotto e il lavoratore. Per quanto riguarda il primo aspetto, si ravvisa l'importanza di incentivare percorsi di sensibilizzazione degli olivicoltori all'utilizzo esclusivo di **oli alimentari certificati** per la movimentazione delle attrezzature impiegate durante le fasi di raccolta. Per quanto riguarda, invece, la sicurezza dei lavoratori, si ritiene particolarmente soggetta a criticità la gestione degli impianti olivicoli nelle zone collinari, dove è frequente l'utilizzo improprio del parco macchine senza l'impiego degli strumenti antiribalta. In talune zone, un piano strategico di settore deve promuovere l'acquisto, attraverso sistemi incentivanti, di macchine radiocomandate di ultima generazione.

3 Secondo Ambito strategico: *Sostenibilità ambientale, fabbisogni finanziari e rapporti con enti finanziatori*

La politica di sviluppo rurale deve promuovere processi di rigenerazione attraverso investimenti che sostengano l'**innovazione** anche attraverso la **tutela e la valorizzazione della qualità ambientale** del territorio olivicolo.

Partendo da questo presupposto, nell'attuale scenario il FOA propone la creazione di un rinnovato approccio ecosostenibile in olivicoltura partendo da una gestione "green" dei sottoprodotti derivanti dalla molitura delle olive attraverso la promozione di un sistema di **Certificazione Nazionale di Sostenibilità ambientale**: in mancanza di un unico quadro di riferimento a livello nazionale, ogni industriale/imbottigliatore di fatto richiede attestazioni che si differenziano da impresa a impresa. Ciò determina molti oneri a carico dei frantoi, con il paradosso che un olio EVO con determinate caratteristiche può andar bene per un imbottigliatore e non per un altro.

3.1 Fabbisogni finanziari degli operatori di settore

Per quanto riguarda gli aspetti legati alla gestione finanziaria, il settore olivicolo ha spesso il bisogno di perseguire un equilibrio di cassa nel breve termine. Collocati al centro della filiera olivicolo – olearia, tra gli olivicoltori fornitori della materia prima ed i grandi confezionatori acquirenti del prodotto trasformato, i frantoi, più degli intermediari, possono ottimizzare il flusso entrate – uscite degli altri partner di filiera: è diffusa, infatti, la sensibilità verso i propri fornitori, nella maggior parte dei casi piccoli olivicoltori, per supportarli nell'accesso al credito alle giuste condizioni. Se si incentiva tale processo si permetterebbe agli olivicoltori di poter pianificare le proprie attività e darebbe ai frantoi certezza nella fornitura di materia prima di qualità. Da questo punto di vista, assume particolare rilevanza il "pegno rotativo" messo a disposizione per gli operatori DOP/IGP facilitando la stipula di solidi contratti commerciali per la vendita del prodotto. Forme di finanziamento quali l'anticipazione sul credito/conferimento, in una logica di "filiera", devono essere estese a tutti gli operatori della filiera, anche a quelli che non sono operatori appartenenti al Circuito DOP/IGP.

4 Terzo ambito strategico: *Marketing e Promozione*

L'olio extravergine, ad oggi, è visto come un bene di largo consumo di cui i consumatori, per la maggior parte non "esperti", non sono in grado di discernere le caratteristiche qualitative ed organolettiche del prodotto che comprano. Il consumatore "medio" non ha le conoscenze e le informazioni di base per distinguere l'olio "buono" da quello di qualità scadente e, di conseguenza, non ha gli strumenti per comprendere appieno la correlazione tra prezzo e livello qualitativo del prodotto. A questa situazione di confusione contribuisce sicuramente la GDO con il suo peso e le sue politiche commerciali. Da vari studi di mercato emerge che oltre l'80% dell'olio è acquistato presso supermercati, ipermercati e discount. Questi esercizi spesso utilizzano l'Olio Evo come prodotto civetta nelle vendite sottocosto.

Le azioni di promozione e di comunicazione dell'olio di qualità diventano, quindi, di importanza strategica per il miglioramento dell'intero comparto, perché la diffusione generalizzata della cultura dell'olio d'oliva rappresenta il volano per il miglioramento delle marginalità dei produttori.

4.1 Formazione per la produzione di qualità

La formazione degli olivicoltori come detentori della materia prima è ritenuta fondamentale per la realizzazione di un olio extravergine di qualità. Al riguardo, il FOA propone di incentivare processi virtuosi in cui le Organizzazioni di settore si impegnino a nell'organizzazione di momenti formativi diretti agli olivicoltori al fine di renderli edotti circa il momento migliore della raccolta delle olive, i trattamenti da effettuare alle piante ed alle olive, le tecniche per la potatura delle piante, ecc.

La formazione dei frantoiani è ritenuta anch'essa funzionale al miglioramento della qualità del prodotto, in quanto la categoria degli operatori necessita di confrontarsi con le nuove tendenze/tecniche produttive, nonché con i "colleghi" per perfezionare le modalità di produzione e migliorare la qualità del prodotto finito.

Per la valorizzazione del prodotto EVO, è fondamentale anche la formazione del consumatore finale, con l'obiettivo di accrescere la cultura dell'olio extravergine di oliva di qualità.

5 Linee di azione proposte

Per le considerazioni esposte, si delineano di seguito alcune proposte utili a contribuire a generare un maggiore valore per la filiera olivicola nazionale.

5.1 Ricerca e innovazione

- i. Sostenere ogni sorta di azione per stimolare l'attività di ricerca al contrasto alla diffusione della Xylella fastidiosa;
- ii. Promuovere la selezione di varietà autoctone che possano contribuire all'implementazione di sistemi di coltivazione innovativi e performanti;
- iii. Sviluppare azioni formative dirette agli operatori: olivicoltori e frantoiani, per l'aggiornamento continuo sia in ambito di tecniche colturali che di processo produttivo;
- iv. Favorire azioni utili volte al miglioramento della sicurezza degli operatori di settore;
- v. Favorire azioni utili volte al miglioramento della sicurezza alimentare e della qualità del prodotto.

5.2 Sostenibilità ambientale e Fabbisogni finanziari

- i. Creare le condizioni per consentire al comparto la gestione efficiente dei sottoprodotti.
- ii. Permettere la realizzazione e la gestione di impianti di stoccaggio della sansa per promuovere la raccolta del sottoprodotto in modo aggregato per facilitare la concentrazione dell'offerta garantendo la possibilità di assicurare forniture continuative ai biodigestori alle migliori condizioni di mercato;
- iii. Creare una filiera energetica olivicola, tracciata, sostenibile per aggregare le diverse filiere interessate alla creazione di un modello di riutilizzo a fini energetici del sottoprodotto ed al riutilizzo del biodigestato come ammendante naturale per i terreni agricoli;
- iv. Promuovere un quadro univoco di regole per la gestione e certificazione della sostenibilità ambientale della filiera olivicola-olearia attraverso la redazione di apposite linee guida;
- v. Istituzione della figura del **Farm Manager** con defiscalizzazione delle attività connesse al recupero degli uliveti abbandonati o degli uliveti ubicati in aree difficili quali quelle di montagna.

5.3 Marketing e Promozione, Formazione e Comunicazione

- i. Sviluppare azioni formative e divulgative dirette agli operatori del settore olivicolo-oleario e al consumatore finale per la diffusione della cultura dell'olio EVO di qualità;
- ii. Supportare il comparto olivicolo-oleario nello sviluppo dell'oleoturismo.