



*Ministero dell'agricoltura,
della sovranità alimentare e delle foreste*

DIPARTIMENTO DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE E DELL'IPPICA
Direzione Generale per la Promozione della Qualità Agroalimentare



Piano Olivicolo Italiano 2026-2030

1	INTRODUZIONE	4
2	IL SETTORE OLIVICOLO ITALIANO: I NUMERI DEL SETTORE E IL RUOLO NELLO SCENARIO INTERNAZIONALE	4
2.1	Scenario competitivo	4
2.2	I numeri dell'Italia e le recenti dinamiche del settore	6
2.3	La produzione italiana di olio di oliva 2025/26	7
2.4	Produzione internazionale.....	8
2.5	L'evoluzione dei prezzi alla produzione dell'olio EVO	9
2.6	L'evoluzione dei prezzi alla produzione dell'olio lampante.....	10
2.7	Import-Export dell'Italia e ruolo nello scenario internazionale.....	11
3	ANALISI SWOT	12
3.1	Punti di forza e di debolezza.....	12
3.2	Opportunità e minacce	13
4	GLI STRUMENTI GIÀ ESISTENTI PER IL SETTORE	14
4.1	La nuova PAC.....	14
4.2	Gli altri strumenti a disposizione del settore olivicolo-oleario	18
5	STRATEGIA	19
5.1	Concorrenza	20
5.2	Qualità.....	21
5.3	Governance	22
5.4	Consumi	23
5.5	Territorio.....	24
5.6	Posizionamento competitivo nel medio-lungo periodo	24
5.6.1	Gli interventi di sostegno	25
6	AREA MERCATO E TERRITORIO: GLI ASSI DI INTERVENTO	27
6.1	Interventi per il potenziamento della capacità produttiva nazionale.....	28
6.1.1	Obiettivo	29
6.1.2	Linee di intervento e possibili azioni attuative	29
6.1.3	Risultati attesi	30
6.1.4	Stima fabbisogno finanziario (compenso per mancati redditi)	31

6.2	Interventi per riduzione dei costi di produzione	31
6.2.1	Obiettivo	31
6.2.2	Linee di intervento e possibili azioni attuative	31
6.2.3	Frantoi oleari e valorizzazione dei sottoprodotti.....	32
6.2.4	Risultati.....	32
6.2.5	Stima fabbisogno finanziario	33
6.3	Incentivazione dell'aggregazione dell'offerta e accordi di filiera	34
6.4	Olio di qualità	36
6.4.1	Linee di intervento e possibili azioni attuative	36
6.5	Olive da mensa.....	37
6.5.1	Il mercato delle olive da mensa	37
6.5.2	Obiettivo	38
6.5.3	Linee di intervento e possibili azioni attuative	38
6.5.4	Risultati.....	39
6.6	Tracciabilità del prodotto.....	39
6.7	Interventi per la ricerca con misura di accompagnamento per il settore vivaismo	40
6.7.1	Obiettivo	40
6.7.2	Azioni specifiche per l'olivicoltura intensiva e il vivaismo.....	41
6.7.3	Misure di accompagnamento per il settore del vivaismo.....	41
6.7.4	Azioni trasversali	44
6.7.5	Azioni di processo.....	45
6.8	<i>Xylella fastidiosa</i>	46
6.8.1	Interventi specifici	46
6.9	Promozione sui mercati.....	51
6.9.1	Obiettivo generale della Promozione.....	51
6.9.2	Fabbisogni in termini di promozione dell'olio EVO italiano	52
6.9.3	Obiettivi specifici della Promozione.....	54
7	RIEPILOGO PRIORITA'	57
8	ALLEGATO 1 - Quadro normativo di riferimento	60
9	Acronimi.....	67

1 INTRODUZIONE

Il Piano Olivicolo Italiano deve individuare le linee strategiche per il rilancio dell'olivicoltura; per la sua attuazione si dovranno trovare le necessarie risorse finanziarie anche nei diversi strumenti di programmazione nazionali e comunitari.

La prima parte del piano include un'analisi dello scenario attuale e una valutazione della possibile evoluzione negli anni futuri. Per economia di trattazione, si è cercato quanto possibile di mantenere un approccio pragmatico, sia nell'analisi di contesto, dove sono stati descritti solo i fenomeni rilevanti per la formulazione della strategia sia nella formulazione delle proposte, limitandole e selezionandole sulla base della coerenza alla strategia.

2 IL SETTORE OLIVICOLO ITALIANO: I NUMERI DEL SETTORE E IL RUOLO NELLO SCENARIO INTERNAZIONALE

2.1 Scenario competitivo

L'olio d'oliva rappresenta poco più del 3% del valore della produzione agricola italiana (2024-2025), riferita solo alla produzione di olio ottenuta dalla trasformazione delle olive in impianti dell'azienda agricola, il 3,6% del totale export agroalimentare nazionale mentre il peso del fatturato dell'industria olivicola è il 3% dell'agroalimentare.

In termini di superficie olivicola poco è cambiato negli anni anche in conseguenza del permanere del divieto di espanto, a meno di problematiche particolare come la Xylella, e gli ettari olivetati restano abbondantemente al di sopra del milione. Al contrario, la produzione di olio di oliva continua a subire la fisiologica alternanza tra carica e scarica alla quale negli ultimi anni si sono aggiunte problematiche climatiche (siccità) che hanno ulteriormente compromesso le rese.

Nel tempo, l'Italia ha perso quote di produzione e di mercato in favore di competitors storici ed emergenti che stanno puntando sull'ammodernamento degli impianti olivicoli e della trasformazione (frantoio) e su politiche di riconoscimento del "Made in" nazionale (Spagna, Tunisia, Portogallo e Marocco solo per fare alcuni esempi).

In tema di scambi con l'estero, invece, l'Italia resta il crocevia dei flussi essendo il primo Paese importatore, soprattutto di prodotto sfuso, e secondo esportatore soprattutto di prodotto confezionato.

Mai come in questo periodo, peraltro, il settore necessita di attenzioni perché negli ultimi quattro anni ha vissuto cambiamenti molto importanti soprattutto sul fronte del mercato che hanno, di fatto, portato a nuovi equilibri e delineato nuove necessità sia da parte del mondo produttivo che da parte della domanda finale.

Negli ultimi anni, anche a causa di tensioni geopolitiche, si è assistito ad aumenti dei costi di produzione molto rilevanti, prima a causa dei problemi logistici post Covid che hanno rallentato gli approvvigionamenti di bottiglie ed etichette, ad esempio, poi i produttori hanno dovuto affrontare gli aumenti dei costi dell'energia subito dopo l'invasione dell'Ucraina. Evento quest'ultimo che ha innescato anche un processo di aumento dei listini dell'olio di oliva soprattutto lampante, perché prodotto succedaneo, una volta raffinato, agli oli di girasole la cui materia prima è importata dall'Ucraina.

L'aumento dei listini alla produzione è stato amplificato anche da due campagne produttive a livello mondiale particolarmente limitate a causa della siccità che nel 2022 e 2023 ha praticamente dimezzato le produzioni spagnole e, di conseguenza, ha ridotto le disponibilità mondiali. I listini alla produzione hanno raggiunto livelli medi mai visti in tutti i principali Paesi produttori, compresa l'Italia. Solo con la produzione 2024 i volumi sono tornati alla normalità ma, non i listini dell'EVO italiano rimasti a livelli molto elevati. Anche per il 2025, in attesa dei dati definitivi, le stime internazionali collocano la produzione mondiale su livelli normali e questo ha riportato i listini internazionali alla loro media, mentre per l'Evo italiano si registra qualche segnale flessivo ma i livelli restano molto al di sopra di quello registrato prima che si avesse l'accelerazione dell'autunno 2022 e, comunque, significativamente al di sopra degli altri competitor.

La dinamica dei prezzi alla produzione ha avuto delle importanti ripercussioni anche lungo la filiera fino ad arrivare al consumo finale, con la grande distribuzione che fino all'autunno 2024 non aveva più né disponibilità né margini per attuare la tradizionale scontistica sull'olio EVO. I consumatori, dal canto loro, hanno visto crescere i prezzi finali di tutti i prodotti, dal 100% italiano al blend di olio comunitario e non comunitario. Da sottolineare, peraltro, che gli aumenti più consistenti, sia alla produzione che al consumo, hanno coinvolto i prodotti alla base della piramide qualitativa della categoria "Extravergine".

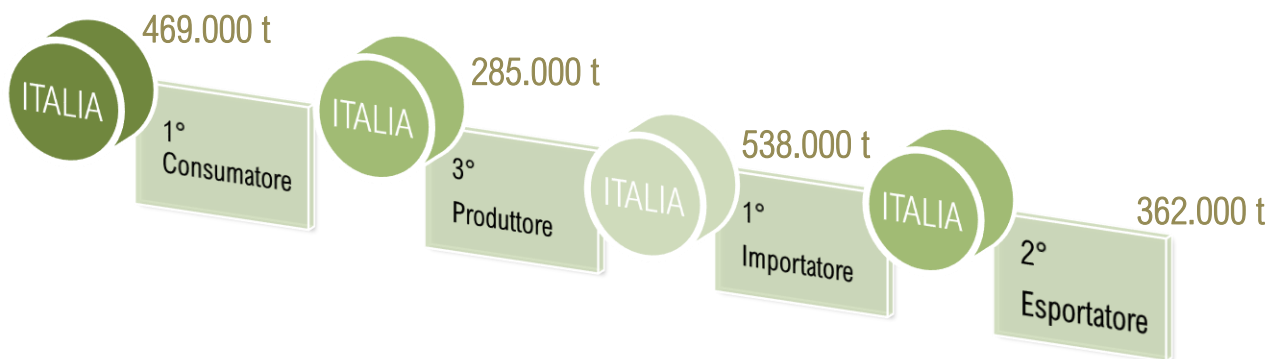
I grandi cambiamenti sugli scaffali delle GDO, comunque, non sempre sono stati compresi dai consumatori che non erano in possesso delle necessarie informazioni per capire le dinamiche che stavano determinando aumenti così rilevanti. Il risultato è stato un ridimensionamento degli acquisti, dovuto anche ad una ridotta capacità di spesa, e lo spostamento verso prodotti succedanei. Ciò nonostante, il consumo dell'extravergine è diminuito in misura meno che proporzionale all'aumento dei prezzi e questo è stato un buon segnale per gli operatori e per l'amministrazione centrale perché ha dato delle indicazioni importanti sulla strategia competitiva da perseguire.

Con maggiori disponibilità, dalla campagna 2024/2025, anche i prezzi alla GDO sono scesi mentre gli acquisti sono tornati a salire.

2.2 I numeri dell'Italia e le recenti dinamiche del settore

L'Italia è uno dei principali protagonisti dello scenario internazionale dell'olio di oliva. Mediamente, infatti, è il primo consumatore mondiale, secondo nella produzione e nell'export e primo nelle importazioni.

Grafico 1 Il ruolo dell'Italia nello scenario internazionale (i dati sono la media delle ultime 4 campagne)



Il settore olivicolo italiano è particolarmente complesso perché è la somma di olivicolture differenti: a) olivicoltura tradizionale a valenza prevalentemente ambientale, paesaggistica e monumentale b) olivicoltura tradizionale a valenza non paesaggistica e ambientale ecc.) olivicoltura ad alta densità. Tali olivicolture sono espressione dei diversi territori vocati dislocati lungo tutta la Penisola ma che hanno caratteristiche molto eterogenee e sia per composizione del patrimonio olivicolo sia per i sesti di impianto e per le caratteristiche delle aziende.

L'Italia conta su una superficie olivetata di oltre un milione di ettari di cui 280 mila in biologico. La superficie complessiva è una variabile abbastanza stabile nel tempo anche in virtù del fatto che in molte regioni vige ancora il divieto di espanto degli uliveti.

L'olivicoltura italiana è caratterizzata da una diffusa polverizzazione delle superfici tanto che oltre la metà delle aziende risulta avere meno di tre ettari.

Alla stabilità della superficie si contrappone una produzione che, negli ultimi anni, ha mostrato una variabilità che va oltre la normale alternanza carica-scarica. A condizionare i volumi ci sono infatti altri fattori quali ad esempio le problematiche climatiche e una quota di abbandono degli uliveti che non permette di sfruttare al meglio le reali potenzialità dell'olivicoltura italiana.

Tenendo conto che il consumo italiano è il più alto al mondo ne consegue che l'offerta nazionale non può soddisfare da sola la domanda interna. Se a questo si aggiunge che l'Italia è anche il secondo

esportatore mondiale, appare evidente che l'import in volume è sempre superiore all'export e questo rende il saldo strutturalmente negativo sia in volume sia in valore (salvo rare eccezioni quali il 2020).

Tabella 1 I principali numeri del settore olivicolo-oleario italiano

	udm	2022	2023	2024	2025	Var. % 2025/24
Struttura						
aziende agricole ¹	(n)	619.378	619.378	619.378	619.378	0,0%
superficie	(ha)	1.122.456	1.118.097	1.136.898	1.089.617	-4,2%
ha/azienda		1,8	1,8	1,8	1,8	-4,2%
frantoi attivi ²	(n)	4352	4327	4240	4305	1,5%
imprese industriali ³	(n)	220	220	200	200	0,0%
Offerta						
produzione ⁴	(t)	240.922	328.131	248.394	325.000	30,8%
peso denominazioni (Dop) ⁴	(% q.)	5,1%	4,0%	6,5%	4,9%	-23,7%
produzione/consumo ⁴	(% q.)	46,4%	69,2%	56,4%	73,7%	30,8%
fatturato industria ⁵	(milioni euro)	3.800	4.180	5.852	5.500	-6,0%
peso sul fatturato ind. agroalimentare ⁵	(% v.)	2,3	2,4	3,0	2,8	-6,7%
Scambi con l'estero						
import ⁴	(milioni di euro)	2.220	2.442	3.110	2.599	-16,5%
import/consumi umani ⁸	(% in quantità)	120%	92%	100%	148%	48,3%
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	3,6%	3,8%	4,7%	3,5%	-24,4%
export ⁴	(milioni di euro)	1.889	2.165	3.091	2.477	-19,9%
peso sul tot. agroalimentare ⁴	(% v)	3,1%	3,4%	4,5%	3,4%	-23,6%
export/produzione ⁴	(% in volume)	161,9%	98,2%	137,5%	120,9%	-12,1%
saldo ⁴	(milioni di euro)	-331,4	-277,5	-18,9	-121,6	542,0%
saldo normalizzato	(% valore)	-8,1%	-6,0%	-0,3%	-2,4%	684,4%
Domanda						
consumo umano totale apparente ⁶	(t)	518.694	474.405	440.804	441.000	0,0%
consumo pro capite apparente ⁷	(kg)	8,8	8,1	7,5	7,5	0,0%
Mercato						
Indice dei prezzi alla produzione dell'olio di oliva	(100=2010)	178,9	301,4	363,4	315,5	-13,2%
- Indice dei prezzi alla produzione dell'olio EVO		181,5	294,5	363,8	355,5	-2,3%
Indice dei mezzi di produzione dell'olivicoltura	(100=2010)	136,8	141,2	137,8	136,0	-1,3%

1) Dati riferiti al Censimento Agricoltura 2020; 2) ISMEA su dati Agea; 3) Stima ISMEA su dati Assitol, Federolio; 4) ISMEA su dati Agea e Organismi di certificazione; 5) Stime ISMEA/Assitol e Federolio); 6) Istat 7) Da bilancio di approvvigionamento Ismea; 8) ottenuto come rapporto tra il consumo apparente e la popolazione Istat aggiornata a marzo 2025; 9) ISMEA; 2025 provvisorio.

2.3 La produzione italiana di olio di oliva 2025/26

La campagna produttiva 2025/26 ha confermato le aspettative di una naturale annata di media carica. Elaborazioni Ismea su dati Agea, ormai quasi definitivi, attestano i volumi ° 325 mila tonnellate (+31%), in crescita anche rispetto alle meno ottimistiche previsioni di settembre.

Il risultato è molto differente tra Centro-Nord e Sud: il recupero è tutto ascrivibile al Sud dove, ad ora si stimano incrementi di circa il 55 per cento; sono alla base di questo risultato le migliori condizioni climatiche, a partire dalla minor siccità, oltre la normale alternanza. Le regioni del Centro-Nord, invece, mostrano una riduzione importante e abbastanza omogenea sia per una normale alternanza sia per problemi climatici (-51% in media). Le stime, già peraltro molto solide, saranno definitivamente consolidate sulla base degli ultimi dati dei registri dei frantoi che Ismea analizza mensilmente.

Tabella 2 Produzione italiana di olio di oliva di pressione (di tonnellate)

	Media 2021-		2025	Var. % 25/24
	2024	2024		
Piemonte	17	21	9	-58%
Lombardia	512	742	292	-61%
Trentino Alto Adige	306	405	171	-58%
Veneto	1.287	1.708	225	-87%
Friuli Venezia Giulia	102	105	131	25%
Liguria	2.584	4.347	766	-82%
Emilia Romagna	1.283	1.726	714	-59%
Toscana	14.872	20.581	11.744	-43%
Umbria	4.504	6.349	3.286	-48%
Marche	3.174	4.320	1.432	-67%
Lazio	13.152	16.956	9.011	-47%
Abruzzo	7.888	6.288	8.290	32%
Molise	2.721	2.169	2.771	28%
Campania	10.513	12.190	10.853	-11%
Puglia	147.638	111.999	169.700	52%
Basilicata	3.736	1.438	5.300	268%
Calabria	33.559	25.684	51.722	101%
Sicilia	33.664	26.622	45.430	71%
Sardegna	5.106	4.741	3.155	-33%
ITALIA	286.618	248.394	325.000	31%

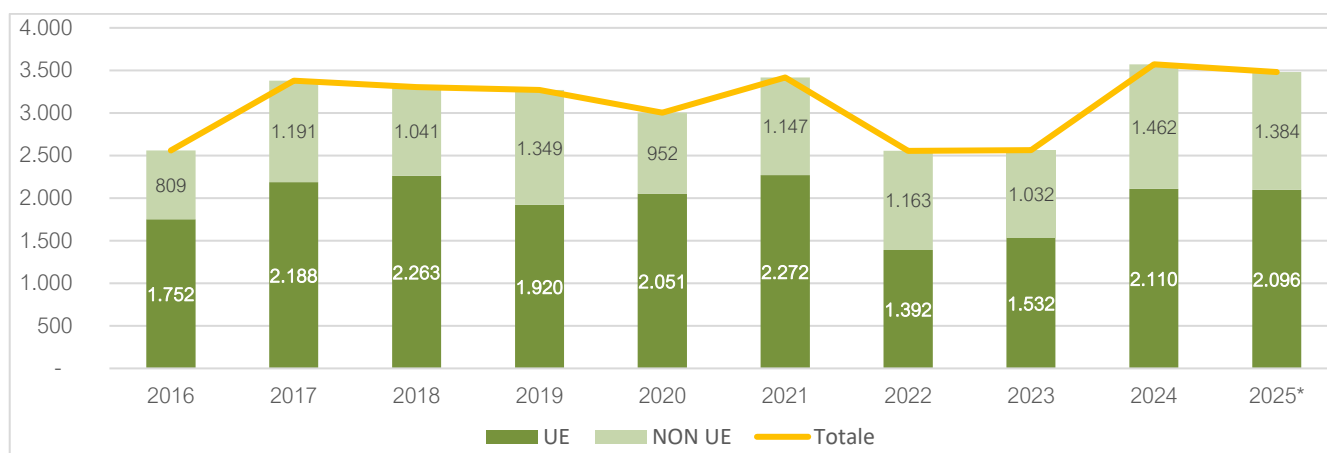
Fonte: ISMEA su dati Agea dichiarazione dei frantoi

2.4 Produzione internazionale

La produzione della campagna 2025/26 secondo stime COI e Commissione Ue, si attesta a 3,4 milioni di tonnellate, restando sostanzialmente su livelli non lontani da quelli della campagna precedente. La Ue, di fatto, conferma il volume dello scorso anno perché il lieve calo della Spagna e l'annata di scarica della Grecia sono compensati dal buon incremento dell'Italia.

Fuori dai confini comunitari si evidenzia, invece, la decisa progressione della Tunisia per la quale si stima una produzione particolarmente abbondante e la riduzione della Turchia.

Si ha, invece, più contezza delle giacenze di fine campagna 2024/2025 nella Ue. Secondo gli ultimi dati della DG Agri, sono stimate a circa 423 mila tonnellate, in netta crescita rispetto al finale di campagna 2023/24 ma, comunque, al di sotto della media delle 4 campagne precedenti. Del resto, l'aumento delle scorte non stupisce date le dinamiche produttive che hanno visto la produzione Ue della campagna 2024/2025 attestarsi sopra i 2,1 milioni di tonnellate, il 36% in più rispetto alla precedente grazie, soprattutto alla Spagna.

Grafico 2 La produzione mondiale di olio di oliva (migliaia di tonnellate)

Fonte: stime ISMEA su dati Commissione UE e COI; per il 2025 dati stimati ad aprile 2026

Tabella 3 I principali produttori mondiali di olio di oliva (migliaia di tonnellate)

	2022	2023	2024	2025*	2025* vs 2024 %
Spagna	663	853	1.419	1.372	-3,3%
Tunisia	180	200	340	450	32,4%
Italia**	241	328	248	325	30,9%
Turchia	380	210	505	290	-42,6%
Grecia	345	155	250	235	-6,0%
Marocco	107	106	90	160	77,8%
Portogallo	126	158	177	150	-15,3%
Altri	513	554	534	498	-8,2%
Mondo	2.555	2.564	3.572	3.480	-2,6

Fonte: COI e Commissione UE; *Stima ad aprile 2026

2.5 L'evoluzione dei prezzi alla produzione dell'olio EVO

Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da aumenti importanti nei listini dell'EVO dovuti per lo più a una congiuntura produttiva difficoltosa soprattutto per la Spagna e questo ha ridotto le disponibilità internazionali innescando dall'autunno 2022 fino ai primi mesi del 2024 una decisa tensione al rialzo dei listini di tutti i principali Paesi competitor, Italia compresa. I prezzi alla produzione hanno raggiunto livelli mai visti prima tanto che i listini medi del 2024 hanno chiuso con un valore doppio rispetto al 2022, con l'EVO italiano sempre al di sopra degli altri e con un gap decisamente crescente. L'aumento dei prezzi alla produzione ha avuto un impatto sui prezzi al consumo e sulla domanda finale.

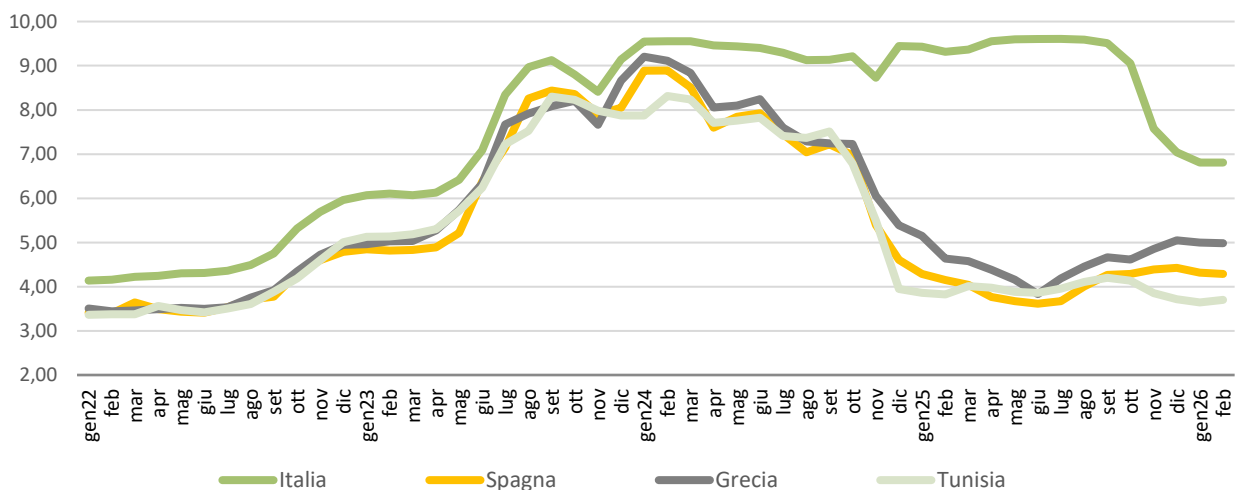
Con la campagna produttiva iniziata nell'autunno del 2024 la situazione dell'offerta internazionale è tornata alla normalità e anche i listini del prodotto proveniente dai Paesi competitor dell'Italia sono scesi. L'EVO spagnolo è passato rapidamente dai quasi nove euro ai 3,60 di giugno 2025 portandosi in scia anche quello greco e tunisino mentre con l'inizio della nuova campagna, 2025/2026, i livelli sono tornati sopra ai 4 euro al chilo. Questa dinamica non ha coinvolto l'extravergine italiano, restato per

quasi tutto il 2025 in media saldamente sopra i nove euro al chilo, nonostante uno scenario internazionale decisamente flessivo.

A parziale spiegazione il fatto che l'Italia è l'unico tra i grandi produttori ad avere avuto un'annata di scarica che unitamente a basse giacenze di inizio campagna ha limitato l'offerta e questo ha sicuramente contribuito a dare più potere contrattuale ai detentori di olio EVO. Questa è l'analisi quantitativa alla quale si aggiunge quella qualitativa. Secondo molti operatori, infatti, la qualità dell'olio italiano diventa ormai una discriminante importante in fatto di prezzo.

Con l'inizio della nuova campagna, la 2025/2026, pur restando molto evidente il gap con gli altri Paesi competitor, anche il prezzo dell'Evo italiano ha cominciato a scendere restando comunque bel al di sopra dei livelli pre-2022.

Grafico 3 prezzi internazionali alla produzione dell'olio EVO (euro/chilo)

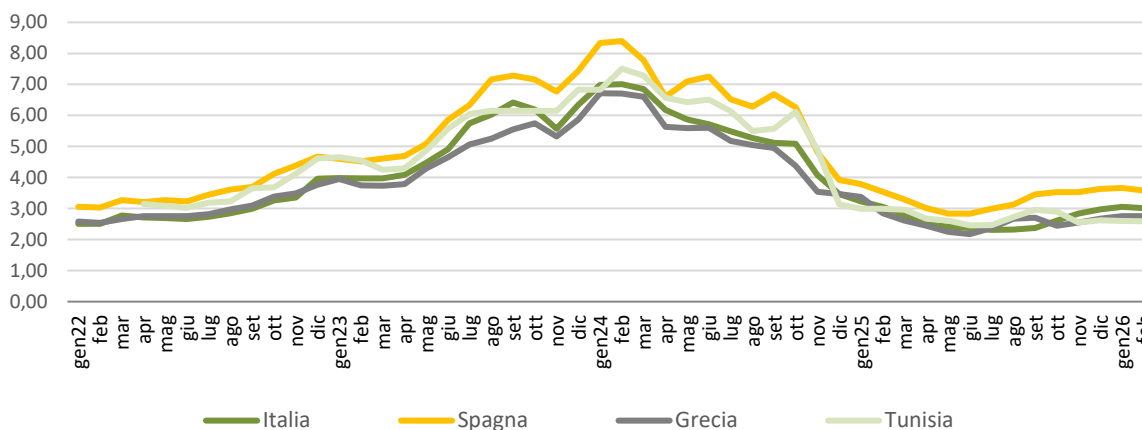


Fonte: ISMEA, prezzi alla produzione, Iva esclusa, franco partenza produttori

2.6 L'evoluzione dei prezzi alla produzione dell'olio lampante

L'andamento dei prezzi dell'olio lampante, il segmento del settore dell'olio di oliva che più si comporta come una commodity, ha mostrato aumenti molto importanti dal 2022 fino alla primavera 2024. Come per l'extravergine anche per il lampante sono stati raggiunti livelli record delle quotazioni ma con la campagna 2024/2025 e il ritorno a una produzione normale, i listini sono scesi tanto per il prodotto spagnolo quanto per quello degli altri Paesi competitor, Italia compresa. I prezzi si sono poi assestati anche nella campagna in corso, la 2025/2026

Grafico 4 I prezzi internazionali alla produzione dell'olio lampante (euro/chilo)



Fonte: ISMEA, prezzi alla produzione, Iva esclusa, franco partenza produttori

2.7 Import-Export dell'Italia e ruolo nello scenario internazionale

L'Italia, per le caratteristiche di consumo e della domanda dell'industria imbottigliatrice, presenta una bilancia commerciale strutturalmente deficitaria sia in volume che in valore (salvo alcune anni come il 2020).

Nel 2025 gli scambi italiani con l'estero (da sottolineare che l'Italia è il primo importatore mondiale e il secondo esportatore) hanno ripreso molta dinamicità e sia export che import sono cresciuti in volume a fronte in una riduzione dei valori dovuta alla discesa dei prezzi internazionali in tutto il 2025. Nel 2025 sono aumentati i volumi sia importati (+49%) sia quelli esportati (+15%) a fronte di una flessione della spesa del 16% e degli introiti del 20%.

Tabella 4 Bilancia commerciale dell'Italia del settore olio di oliva e sansa

	Migliaia Tonnellate			Milioni di euro		
	Import	Export	Saldo	Import	Export	Saldo
2016	570	398	-172	1.791	1.618	-173
2017	531	332	-199	1.959	1.573	-386
2018	550	335	-215	1.641	1.495	-146
2019	615	336	-279	1.463	1.376	-87
2020	656	410	-246	1.383	1.467	84
2021	591	387	-205	1.668	1.567	-101
2022	624	390	-234	2.220	1.889	-331
2023	434	322	-112	2.442	2.165	-278
2024	441	341	-100	3.110	3.091	-19
2025	655	393	-262	2.599	2.477	-122
Var. 25/24	48,5%	15,2%	162,3%	-16,5%	-19,9%	542,0%

Fonte: ISMEA su dati Istat

Ulteriori approfondimenti sono disponibili:

nella Scheda di settore olio di oliva consultabile alla pagina <https://www.ismeamercati.it/olio-oliva>

nelle dashboard sul settore olio di oliva consultabili alla pagina <https://www.ismeamercati.it/osservatori-rn/indicatori-competitivita/filiere/olio>

3 ANALISI SWOT

3.1 Punti di forza e di debolezza

Come già descritto, la situazione italiana è resa ancora più delicata, se trguardata rispetto alle due principali sfide dell'agricoltura mondiale del futuro, ovvero, la resilienza ai cambiamenti climatici e la sostenibilità (non solo ambientale, ma anche sociale, economica, culturale).

A fronte di tali criticità, il settore olivicolo-oleario è caratterizzato da punti di forza, sui quali occorre puntare per il rilancio, attraverso un intervento strategico a livello nazionale.

La tabella che segue riassume le principali caratteristiche del settore (analisi SWOT al 2024):

LA FASE AGRICOLA	
Punti di forza	Punti di debolezza
Presenza di importanti aree vocate alla coltivazione dell'olivo sia per quantità sia per qualità del prodotto	Frammentazione della struttura produttiva (ridotte dimensioni aziendali) e diffusione dell'olivicoltura in zone difficili; scarsa mobilità fondiaria
Potenzialità elevata di differenziare la produzione, per varietà (oltre 500), modalità produttive, origine, ecc. nel massimo rispetto della biodiversità	Uso della risorsa acqua e difficoltà nell'ammodernamento degli impianti olivicoli esistenti
Valore ambientale, paesaggistico, storico, culturale ed antropologico degli oliveti	Ritardo nel recepimento delle innovazioni tecnologiche e mancati investimenti; applicazione dei risultati della ricerca scientifica a macchia di leopardo
Estensione territoriale della coltura e importante contributo in termini occupazionali anche secondo la logica della sostenibilità	Oscillazioni delle produzioni in termini qualitativi e quantitativi e presenza di vaste aree con produzione di lampante
Attenzione crescente alle produzioni di qualità (Dop/Igp, Bio, SQNPI)	Scarso ricambio generazionale
Know-how elevato	Presenza diffusa di un'olivicoltura non "imprenditoriale" ma sociale
Filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Costi di produzione ancora da ottimizzare
	Ruolo poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto
	Scarsa capacità di aggregazione
	Scarsa infrastrutturazione digitale
	Abbandono degli oliveti marginali o condotti in modo non professionale
	Difficoltà di accesso al credito

I FRANTOI	
Punti di forza	Punti di debolezza
Capillare localizzazione dei frantoi nelle aree vocate, con maggiore garanzia di lavorazioni tempestive e di qualità	Numero elevato di frantoi economicamente poco efficienti e con impianti di trasformazione non ottimali per il raggiungimento della qualità
Elevata professionalità dei frantoiani	Dimensioni dei frantoi che non permettono "massa critica": eccessiva frammentazione
Presenza di distretti produttivi con una buona concentrazione di prodotto	Costi elevati di produzione soprattutto per i piccoli frantoi (Apertura limitata a pochi mesi innalza i costi di gestione)
Capacità di una notevole differenziazione del prodotto sia per tipologia (Dop/Igp, Bio, SQNPI) sia in base al profilo aromatico	Ritardi negli investimenti
Attenzione alla modernizzazione degli impianti grazie all'attività di ricerca scientifica	Accesso difficoltoso ai finanziamenti, soprattutto per gli impianti non collegati ad aziende agricole o non frantoi cooperativi
Elevato numero di filiere di prodotto olivicolo tracciate (ca. 400) con 8.000 aziende agricole coinvolte	Ruolo poco incisivo delle organizzazioni dei produttori nella concentrazione dell'offerta e nella valorizzazione del prodotto
Ricambio generazionale in crescita	Scarso impiego dell'opificio nel suo complesso rispetto al potenziale
Capillare localizzazione dei frantoi nelle aree vocate, con maggiore garanzia di lavorazioni tempestive e di qualità	Potere contrattuale limitato rispetto alla distribuzione
L'INDUSTRIA	
Punti di forza	Punti di debolezza
Know-how elevato e riconosciuto	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione e sulla qualità
Concentrazione degli operatori di grandi dimensioni	Rischi di aumento dell'ampiezza delle oscillazioni produttive, di aumento dei fabbisogni idrici e di diffusione di fitopatie per le tradizionali produzioni del Sud a causa dei Cambiamenti climatici
Capacità di organizzazione dell'offerta	Livellamento verso il basso dei prezzi internazionali dei prodotti "base"
Propensione all'export e capacità di acquisire quote nei mercati esteri anche grazie all'immagine del "made in Italy"	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione e sulla qualità
Quote di mercato elevate nei paesi tradizionalmente consumatori	Rischi di aumento dell'ampiezza delle oscillazioni produttive, di aumento dei fabbisogni idrici e di diffusione di fitopatie per le tradizionali produzioni del Sud a causa dei Cambiamenti climatici
Partecipazione attiva nella Ricerca e Sviluppo insieme ad organismi pubblici italiani ed internazionali	

3.2 Opportunità e minacce

LA FASE AGRICOLA E I FRANTOI	
Opportunità	Minacce
Sensibilità crescente del consumatore verso le produzioni di qualità in senso ampio	Sistemi finanziari globalizzati
Disponibilità di nuove tecnologie per olivicoltura 4.0 (che consente la stabilizzazione delle produzioni e la gestione della qualità e la biodiversità)	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione e sulla qualità
Possibilità di estendere la produzione in aree più a Nord del Paese come conseguenza dei cambiamenti climatici	Rischi di aumento dell'ampiezza delle oscillazioni produttive, di aumento dei fabbisogni idrici e di diffusione di fitopatie per le tradizionali produzioni del Sud a causa dei Cambiamenti climatici

Rinnovata coscienza della tutela e pianificazione del territorio	Livellamento verso il basso dei prezzi internazionali dei prodotti "base"
Sviluppo dell'oleo turismo e della diversificazione delle attività (normativa in forte evoluzione)	Sistemi finanziari globalizzati
Promozione della filiera corta anche tramite piattaforme digitali (market place)	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione e sulla qualità
Crescente attenzione verso il concetto di Sostenibilità (economia, ambientale e sociale)	Rischi di aumento dell'ampiezza delle oscillazioni produttive, di aumento dei fabbisogni idrici e di diffusione di fitopatie per le tradizionali produzioni del Sud a causa dei Cambiamenti climatici

INDUSTRIA	
Opportunità	Minacce
Sensibilità crescente del consumatore verso le produzioni olearie di qualità intesa in senso ampio	Competizione internazionale crescente sui costi di produzione
Lento ma progressivo aumento dei consumi internazionali e maggiori opportunità di segmentazione del prodotto	Politiche aggressive di paesi concorrenti nell'acquisizione del controllo di aziende a marchio italiano
Margini di crescita nella ristorazione tramite la carta degli oli	Elevata competizione tra i marchi di multinazionali sui mercati internazionali
Dieta mediterranea come bene immateriale e "made in Italy"	Elevata concentrazione degli operatori della distribuzione
Programmi comunitari con risorse a sostegno della promozione dei prodotti agroalimentari	Assenza di insegne italiane nella distribuzione internazionale
Elevata considerazione salutistica del prodotto	Rallentamento della crescita del consumo mondiale
Crescente attenzione verso il concetto di Sostenibilità (economia, ambientale e sociale)	Crescente pressione competitiva di altri oli vegetali (vinaccioli, lino, cocco)
Digitalizzazione e creazione di piattaforme commerciali	

4 GLI STRUMENTI GIÀ ESISTENTI PER IL SETTORE

4.1 La nuova PAC

Il Piano strategico della PAC 2023-2027 rappresenta la base della strategia per l'olivicoltura italiana, da integrare attraverso il PON, che mette a disposizione degli operatori un sistema coerente di interventi che tende al raggiungimento simultaneo dei seguenti obiettivi:

- miglioramento della competitività del settore,
- miglioramento della qualità della produzione,
- maggiore sostenibilità (economica, ambientale e sociale).

Nel PSP si sottolinea che non esiste competitività senza qualità e non esiste qualità senza sostenibilità.

La strategia nel PSP lavora nell'ottica di favorire la piena sostenibilità (economica, ambientale e sociale), coniugando crescita e performance economica con la protezione ambientale, nonché con le crescenti aspettative della società in termini di tutela dei lavoratori, di sviluppo di relazioni positive con le

comunità circostanti e di promozione di relazioni con i consumatori finali, improntate alla trasparenza e alla corretta comunicazione.

Per il potenziamento della competitività del sistema, in un’ottica di sostenibilità, la strategia nel PSP ha sottolineato in più punti l’esigenza prioritaria di recuperare il potenziale produttivo derivante da una superficie di oltre un milione di ettari, molti dei quali però sottoutilizzati o addirittura in via di abbandono. L’intento era di recuperare la produttività media in campagna e la diffusione di un’olivicoltura più “imprenditoriale” anche attraverso lo sviluppo di tecniche produttive innovative e sostenibili, che si avvalgano dei risultati della ricerca, senza tuttavia sottovalutare le potenzialità di valorizzazione paesaggistica degli oliveti, soprattutto di quelli di maggiore valore monumentale, storico e paesaggistico.

Questa esigenza del PSP riconosce anche la necessità di aumentare l’efficienza dei frantoi, soddisfatta principalmente attraverso la misura di ammodernamento del PNRR, e della concentrazione della produzione, rafforzando, allo stesso tempo, il potere contrattuale della fase agricola. Prioritarie risultano anche le esigenze di sostenere il reddito degli olivicoltori e ridurre le oscillazioni, così come quelle che mirano ad aumentare l’incidenza della produzione di prodotti a Indicazione Geografica sul totale prodotto e promuovere l’adesione a regimi di qualità (SQNPI, agricoltura biologica), nonché ad aumentare la propensione a esportare del settore.

Uno degli strumenti del PSP che risponde alle esigenze del settore è l’Intervento settoriale “IS Olio di oliva e olive da mensa” che, similmente a quanto accadeva già nel settore ortofrutticolo, investe le Organizzazioni dei Produttori (OP) e le loro associazioni (AOP) di un ruolo fondamentale rendendole il fulcro del finanziamento comunitario attraverso la gestione dei Programmi operativi che si basano sui tipi di interventi messi a disposizione dall’IS Olio di oliva e olive da mensa.

L’Intervento settoriale (circa 34 milioni annui) prevede di attivare i seguenti tipi di intervento che potranno essere inclusi (non necessariamente tutti) nei Programmi operativi delle OP:

- Investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali, ricerca e metodi di produzione innovativa e sperimentale;
- Servizi di consulenza e assistenza tecnica;
- Formazione, compresi l’orientamento e lo scambio di buone pratiche;
- Produzione biologica o integrata;
- Promozione, comunicazione e commercializzazione;
- Attuazione di regimi di qualità dell’Unione e nazionali;
- Attuazione di sistemi di tracciabilità e certificazione, in particolare per quanto riguarda il controllo della qualità dei prodotti venduti ai consumatori finali;

- Investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali che rendano più efficace la gestione dei volumi immessi sul mercato, anche per il magazzinaggio collettivo;
- Fornitura di servizi di orientamento ad altre OP/AOP ovvero a singoli produttori;
- Azioni di comunicazione volte a sensibilizzare e informare i consumatori.

Ogni OP ha la possibilità di attivare nel proprio programma operativo gli interventi che riterrà più opportuni per i propri obiettivi.

Una criticità dell'IS al momento della stesura del PSP risiedeva nella scarsa capacità delle OP di commercializzare la produzione dei soci che incide sul valore della produzione commercializzata e, sulla base del quale, si calcola il finanziamento comunitario di ciascuna OP. Si stimava, infatti, che prima del PSP solo il 10% circa della produzione dei soci trovava sbocco nelle OP/AOP, sebbene i soci di OP/AOP producessero mediamente il 50% della produzione nazionale di olive da olio. Uno degli obiettivi del PON è, quindi, quello di accrescere la capacità aggregativa delle OP.

Tra le misure a supporto della competitività del settore e della qualità della produzione, oltre all'IS, nel PSP sono previsti i pagamenti diretti e in particolare è attivato un pagamento accoppiato per la superficie olivetata destinata alla produzione di olio extravergine di oliva IG al fine di incrementare la quota di produzione di tale segmento sul totale che, sino ad ora, è rimasta mediamente tra il 2 e il 4 per cento. È stata inoltre prevista l'attivazione degli strumenti per la gestione del rischio come polizze assicurative e fondi mutualistici. Inoltre, il potenziamento della competitività del settore trova supporto anche negli interventi dello sviluppo rurale e del PNRR.

In risposta agli obiettivi legati al miglioramento delle performance climatico-ambientali, la strategia settoriale mira a: aumentare la resilienza e la capacità di adattamento degli oliveti ai cambiamenti climatici potenziando l'erogazione di servizi ecosistemici; favorire la conservazione e il ripristino della fertilità, struttura e qualità del suolo promuovendo tecniche di coltivazione e gestione sostenibili e incentivando metodi di produzione che favoriscono l'accumulo di CO₂; sostenere l'uso di pratiche biologiche; valorizzare il patrimonio varietale nazionale ai fini della diversificazione produttiva e promuovere la conservazione del patrimonio genetico degli oliveti tradizionali/storici; incentivare l'utilizzo degli scarti a fini energetici; aumentare la sensibilità professionale per la gestione delle acque; stimolare la digitalizzazione; facilitare l'accesso alle tecnologie e soluzioni organizzative esistenti; recepire le innovazioni tecnologiche e l'applicazione dei risultati della ricerca scientifica; accrescere la diffusione di modelli di gestione sostenibili basati su un'attività olivicola economicamente vitale ma a impatto ambientale limitato; favorire pratiche di monitoraggio ambientale; promuovere modelli di gestione degli oliveti identitari attraverso la certificazione del paesaggio con l'inserimento degli stessi

nel registro nazionale dei paesaggi rurali storici; favorire tecniche di restauro e ristrutturazione dell'architettura degli oliveti.

Per le esigenze individuate, la strategia richiede di ricorrere sia agli interventi del primo pilastro (Eco-schemi, Interventi settoriali), sia del secondo pilastro (misure ACA, PEI), sia del PNRR. Per quanto riguarda gli Interventi settoriali, sarà possibile per le OP, in complementarità con lo sviluppo rurale e gli altri strumenti, privilegiare investimenti di sistema per migliorare la conservazione del suolo, l'uso delle risorse idriche, la riduzione delle emissioni e dei sottoprodotti nonché il loro riutilizzo e valorizzazione, il mantenimento degli habitat favorevoli alla biodiversità, la produzione biologica o integrata, l'attivazione di servizi di consulenza e formazione.

Nell'ambito degli Eco-schemi, l'olivicoltura è ammissibile all'eco-schema sull'inerbimento delle colture arboree mentre un altro Eco-schema è specificatamente rivolto alla Salvaguardia degli olivi di particolare valore paesaggistico.

Altro caposaldo della strategia del PSP è rafforzare la resilienza e vitalità dei territori rurali e promuovere il lavoro agricolo e forestale di qualità e tutelare i diritti dei lavoratori. Il ricambio generazionale e le azioni volte a favorire l'ingresso di nuovi soggetti imprenditoriali lungo la filiera rappresentano esigenze comuni a diverse filiere agricole e costituiscono la principale risposta agli obiettivi strategici di sviluppo socioeconomico dei territori rurali.

A queste esigenze, nel caso specifico del settore olivicolo-oleario, si aggiungono anche quelle di facilitare la nascita di filiere corte aziendali o interaziendali con rapporti diretti con il consumatore finale; la divulgazione e la conoscenza della cultura dell'olio extravergine di oliva; il recupero dei paesaggi e delle strutture produttive tradizionali della filiera olivicola; la diversificazione attraverso percorsi oleoturistici; la realizzazione delle comunità del cibo della dieta mediterranea; la diversificazione delle strutture di trasformazione sia nella produzione di nuovi beni che di servizi (economia circolare).

Tali esigenze trovano principale risposta negli interventi di sviluppo rurale (CSR investimenti, CSR cooperazione, AKIS, ecc.).

Altro obiettivo a cui dare risposte è quello di rafforzare la capacità di attivare scambi di conoscenza e innovazioni e corretta informazione ai consumatori. In risposta a tale obiettivo la strategia per il settore olivicolo-oleario intende promuovere attività di ricerca e sperimentazione per l'individuazione di varietà resistenti (ai cambiamenti climatici, patogeni, ecc.) e di tecniche di produzione e di trasformazione innovative e sostenibili. Allo stesso tempo, la strategia mira a favorire il ricorso alla consulenza aziendale, alle attività formative e di scambio di buone pratiche e altre azioni per il trasferimento delle innovazioni.

Per l'efficacia della strategia, inoltre, si ritiene fondamentale promuovere azioni che aumentino la percezione da parte del consumatore della qualità delle produzioni olivicole nazionali, a partire dalle DOP e IGP, e più in generale favoriscano la divulgazione e la conoscenza della cultura dell'olio extravergine di oliva italiano e delle olive da mensa.

A queste esigenze si darà risposta sia con gli interventi dello sviluppo rurale (investimenti, regimi di qualità, AKIS) che dei programmi operativi delle OP, con particolare riferimento ai tipi di intervento per la formazione e la consulenza e a quelli orientati a sensibilizzare/informare il consumatore.

4.2 Gli altri strumenti a disposizione del settore olivicolo-oleario

-PNRR per ammodernamento frantoi oleari: 100 milioni di euro

-Decreto 11 febbraio 2025: misure di sostegno alle imprese agricole danneggiate dalla diffusione del batterio *Xylella fastidiosa*: 30 milioni di euro

- contratti di filiera IV Bando e V Bando, contratti distretti del Cibo a valere sui fondi del Piano Nazionale Complementare PNC al PNRR (anche settore olivicolo)

- progetti a valere sull'avviso Distretti del Cibo II Bando 2024 (anche settore olivicolo)

- contratti di filiera *xylella*, Programmi Radici Virtuose, Rigenerazione e Innovazione Benessere

PNRR contratti di filiera

DATI CDF E CDD SETTORE OLEICOLO:

Misura	Denominazione contratto/programma	Fonte di copertura	Totale Fondo Perduto
V Bando CDF PNC	OLIO DI OLIVA CALABRIA E UMBRIA	PNC	15.068.882,10 €
Distretti del cibo II Bando	Agricoltura Rigenerativa Post Xylella - DAJS	7049	14.657.863,57 €
Distretti del cibo II Bando	Distretto produttivo degli Oli EVO Molisani di Alta qualità	7049	7.477.056,24 €
IV Bando CDF PNC	65 OLIO EVOLUZIONE	PNC	5.178.205,50 €
IV Bando CDF PNC	72 OLIO EXTRAVERGINE 100% ITALIANO DI ALTA QUALITA	PNC	3.151.179,19 €
IV Bando CDF PNC	79 ULIVI E VIGNE DI PUGLIA_ULIVITAE	PNC	1.272.961,24 €
Xylella "Radici Virtuose"	Tutti i beneficiari	7049,7050,7644	29.437.457,06 €
Xylella "Rigenerazione Sostenibile"	Tutti i beneficiari	7049,7050,7644	31.198.655,64 €
Xylella "Innovazione e Benessere"	Tutti i beneficiari	7050	20.086.115,55 €

127.528.376,09 €

V Bando PNC sul Settore Olivicolo Oleario.

Misura	Denominazione contratto/programma	Fonte di copertura	Totale Fondo Perduto	N beneficiari
V Bando CDF PNC	Valore Sostenibile	PNC	18.282.328,64 €	24
V Bando CDF PNC	Filiera Sostenibile dell'Olio di Oliva - Calabria e Umbria	PNC	14.780.499,60 €	22
V Bando CDF PNC	Filiera Sostenibile dell'Olio di Oliva - Calabria e Basilicata	PNC	12.346.337,25 €	21
V Bando CDF PNC	Filiera Sostenibile dell'Olio di Oliva - Puglia	PNC	13.428.435,02 €	30
V Bando CDF PNC	Filiera Sostenibile dell'Olio di Oliva - Puglia e Sicilia	PNC	5.879.549,36 €	19
V Bando CDF PNC	LA FILIERA DELL'OLIO EXTRAVERGINE ITALIANO: MODERNA, SOSTENIBILE, DI QUALITÀ"	PNC	11.212.581,01 €	5
V Bando CDF PNC	OLIO DI OLIVA E PESTO - ECCELLENZA ITALIANA	PNC	8.344.053,85 €	6
TOTALE			84.273.784,73 €	

5 STRATEGIA

Il Piano Olivicolo Nazionale si propone, quindi, di integrare quanto già previsto dal PSP alla luce anche delle nuove esigenze del settore.

Sono 5, quindi, gli ambiti individuati per accrescere la competitività, considerata nella sua interezza. E lavorare su questi 5 ambiti dovrebbe portare all'obiettivo prefissato: aumento della produzione e del consumo di olio nazionale in un contesto di maggior redditività per gli operatori della filiera e di una maggiore consapevolezza rispetto alla qualità dell'EVO nazionale.

Grafico 5 Fattori strategici della competitività



Grafico 6 Obiettivi del PON



5.1 Concorrenza

Qui di seguito sono stati selezionati alcuni fattori che potrebbero essere usati come leve per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Fattore	Impatto sulla strategia	forte	medio	basso	Misure e contromisure
Stallo della produzione italiana media di olio di oliva che è tornata agli stessi volumi di 60 anni fa (300 mila tonnellate in media). Negli ultimi 4 anni è scesa a 300 mila ton. Negli anni '60 l'Italia rappresentava il 30% della produzione mondiale a pari merito con la Spagna, che produce oggi circa 4 volte tanto e è salta al 45% di quota. L'Italia è scesa al 12 -10 % della produzione mondiale	Progressiva perdita di quote di mercato in tutti i mercati di sbocco e tutti i segmenti. Riduzione delle quote nel segmento extravergine "100 % italiano" in favore dei blend nei mercati consolidati e ridotta presenza e difficoltà di crescita nei mercati emergenti. Al prodotto "EVO" si affiancheranno sempre più proposte diverse per tipologie e origine	X			1- Aumentare la produzione nazionale; 2- Innovare e differenziare le produzioni nazionali 3- Innalzare la qualità
Pressione competitiva proveniente dai paesi tradizionalmente fornitori della nostra industria (Spagna in primis, ma anche Tunisia, Portogallo, Turchia ecc.) e che si manifesta su tre aree strategiche di affari:					
1) mass market globale	confezionato di base a prezzi molto competitivi difficilmente raggiungibili dal sistema italiano		X		Differenziazione e innovazione di prodotto per aumentarne il valore percepito
2) olio sfuso	data la struttura oligo-monopsonistica del mercato condizionano qualità e prezzi di approvvigionamento degli oli sfusi della nostra industria data la struttura del settore che vede una moltitudine di piccole imprese produttrici poco organizzate e pochi grandi acquirenti si determina una frammentazione	X			1- Aumento produzione nazionale, 2- diversificazione mercati di approvvigionamento, 3- sviluppo di programmi di coordinamento verticale con nuovi fornitori. Si intendono gli accordi di filiera tra produttori e imbottiglieri

	dell'offerta, con una eccessiva variabilità tra un anno e l'altro, che non giova agli approvvigionamenti di oli sfusi da parte dell'industria nazionale				
3) mercati di nicchia	presidio in crescita per il miglioramento della qualità, testimoniato dai crescenti successi nei concorsi internazionali		X		Coordinamento nazionale promozione qualità (diversificazione a livello qualitativo degli EVO)
Programma spagnolo di rafforzamento dell'immagine dell'olio "Made in Spain" - diventato un'opportunità a seguito della norma sull'origine obbligatoria - che è gestito centralmente da un'Interprofessionale che raccoglie, attraverso una imposta di 6 euro per tonnellata, circa 8-10 milioni di euro all'anno dagli operatori (produttori spagnoli, industrie spagnole e italiane) e che investe, per promuovere l'immagine della Spagna. I programmi in parte privati e in parte con finanziamento UE generano un volano di 20-25 milioni all'anno di investimenti;	L'Italia importa mediamente all'anno 380 mila tonnellate di olio di oliva dalla Spagna. Nell'ipotesi che i prezzi finali vengono caricati come prassi di 6 euro alla tonnellata da parte degli operatori spagnoli, il finanziamento delle campagne di promozione dell'olio iberico, a carico del sistema italiano, equivale a oltre 2 milioni di euro l'anno, in essere da circa 15 anni e già approvato per gli anni futuri	X			Misure speculari di contrasto e di rafforzamento dell'immagine del prodotto italiano
Produzione di olio di oliva a stagioni invertite nell'emisfero australe, con oli che oggi e sempre più in futuro arriveranno freschi sui mercati quando nel mediterraneo saranno già stanchi, in larga parte Extra vergini e di qualità	Con l'arrivo sui mercati di nuove proposte, da territori inediti, crescerà la cultura e consapevolezza delle proprietà del prodotto di qualità, considerando la novità delle stagioni invertite e la qualità medio alta degli oli dell'emisfero australe,			X	Servirà rafforzare la visibilità dei prodotti di nicchia italiani sui mercati globali creando un fil rouge che li identifichi e li proponga in un paniere di qualità italiana

5.2 Qualità

La qualità è un termine ricorrente e molto utilizzato da tutti i portatori di interesse ogni volta che ci si riferisce alla filiera olivicola-olearia italiana. Doveroso considerarla nelle sue diverse espressioni per cercare di comprenderne la dinamica futura e soprattutto i ruoli che gli altri attori nostri concorrenti potrebbero ragionevolmente ambire a svolgere.

Fattore	Impatto sulla strategia	forte	medio	basso	Misure e contromisure
---------	-------------------------	-------	-------	-------	-----------------------

Primato italiano del più alto numero di IG in Europa (50) che nel complesso non superano il 4-5 % della produzione nazionale. Le prime 4 (Terra di Bari, Toscana, Sicilia, Val di Mazara) rappresentano 3/4 dei volumi.	Costituiscono un asset molto importante sul piano dell'immagine e della costruzione di valore. Crescono di fatto sono in termini di numero di riconoscimenti ma non di volumi. Molte denominazioni non riescono ad avere una sufficiente visibilità di mercato.	X			1. Promuovere azioni per innalzare la produzione di qualità in tutte le sue accezioni 2. Razionalizzazione, iniziative di cooperazione collettiva nella comunicazione, attività di sensibilizzazione dei produttori locali
Elevata reputazione internazionale sulla qualità dell'olio italiano.	Asset che obbliga e indirizza le scelte verso un consolidamento e capitalizzazione di questa reputazione	X			1. Compiere una scelta di campo, coerente con la percezione del prodotto italiano da parte dei consumatori riuscendo a mantenere per tali produzioni un posizionamento elevato.
Forte eterogeneità del sistema produttivo, in termini di dimensioni aziendali, età dei conduttori, sistemi di allevamento e di coltivazione, sistemi di trasformazione, cultivar, orografia, ecc.	Qualità molto eterogenee a seconda dei territori e delle aziende, con una distribuzione a macchia di leopardo, con punte di alto livello intervallate da qualità scadenti.		X		Opportuna mappatura dei territori, per predisporre un piano di intervento e massimizzare le potenzialità produttive locali in termini quantitativi e qualitativi
Cospicui investimenti nella ricerca e innovazione effettuati da diversi anni nel campo dell'olivicoltura da parte dei paesi competitor e ampia adozione di impianti efficienti e moderni di trasformazione da parte di diversi attori mediterranei	Persa in larga parte la supremazia tecnologica storica dell'Italia nel settore. Particolarmente evidente per i modelli di allevamento in campo, meno per la trasformazione. Preminenza di cultivar spagnole più adatte ai moderni impianti intensivi e super intensivi	X			Urgente rilancio della ricerca di base e applicata nel settore, sia per la parte agricola che industriale

5.3 Governance

Le decisioni di governance del settore olivicolo nazionale si prendono ormai da molti anni in sede comunitaria e in sede Consiglio Oleicolo internazionale.

Fattore	Impatto sulla strategia	forte	medio	basso	Misure e contromisure
Assenza di rappresentanti italiani nelle posizioni chiave dei centri decisionali di politica del settore (COI e UE)	Difficoltà di orientare le decisioni di governance del settore verso i propri interessi;		X		Promuovere accordi bilaterali e negoziati per rafforzare l'influenza politica
Prevalenza, in sede COI e UE, di istanze orientate alla standardizzazione della qualità e al mantenimento dell'attuale classificazione del prodotto con sostegno controverso del panel test e gli strumenti di controllo	Strumenti poco efficaci a difesa, valorizzazione e tutela degli oli di qualità e alta qualità	X			1. Elaborare proposte di riforma della classificazione e delle norme che attualmente potrebbero disincentivare la produzione di oli di qualità.

					2. Negoziare accordi con altri paesi chiave
--	--	--	--	--	---

5.4 Consumi

L'Italia ha da sempre svolto un importante ruolo commerciale, la cui dimensione ha da tempo superato la sua capacità produttiva interna e allo stesso tempo, costituisce un modello sicuramente maturo ma certamente avanzato di consumo oggetto di osservazione ed emulazione da parte di molti paesi produttori e non produttori, per la notorietà della sua cultura alimentare.

Fattore	Impatto sulla strategia	forte	medio	basso	Misure e contromisure
Espansione del consumo nel lungo periodo in tutti i Paesi, ma soprattutto in quelli emergenti e quelli a elevato potere di acquisto. I primi 4 paesi produttori sono passati in 60 anni dall'80% al 40% dei consumi mondiali. Due bottiglie su tre si consumano ormai fuori dalle aree di produzione. La differenziazione ha creato spazi in lenta crescita per DOP/IGP, EVO Bio, EVO sostenibili, monovarietali, ecc. La quota di oli di oliva consumati rispetto agli altri grassi è tuttora irrisoria 2-3%.	Cresce la competizione sui mercati di consumo per intercettare i fabbisogni dei consumatori, sempre più articolati e complessi, con crescenti opportunità di segmentazione dei mercati per età, potere di acquisto, aree geografiche, modelli di alimentazione, sensibilità nutrizionali, interessi sociali, ambientali ecc.	X			Spostare, almeno per una quota importante dell'olio italiano, la competizione dal prezzo alla percezione della qualità proponendo un modello di consumo che possa essere identificativo dello stile italiano e di una qualità tale da giustificare il gap di prezzo con oli più "di massa".
Crescente competizione da parte di nuove categorie di condimenti che hanno sfruttato di recente l'aumento di prezzo dell'extra vergine e le maglie larghe della normativa	Crescente pressione promozionale, soprattutto per l'extra vergine di primo prezzo, con frequenti comunicazioni ingannevoli e posizionamenti a scaffale che confondono i consumatori. Con le ultime due campagne che hanno registrato produzioni mondiali ben al di sotto dei 3 milioni di tonnellate, questa tendenza si è molto attenuata.		X		Adozione di normative commerciali più restrittive e regole di esposizione ed etichettatura che migliorino la chiarezza e la trasparenza delle proposte
Elevata ampiezza della categoria extra vergine che racchiude prodotti sensibilmente sempre più diversi tra loro per valore nutrizionale e sensoriale, per costi di produzione, per tecniche di produzione trasformazione	Si sta creando una forbice sempre più ampia tra prodotti che appartengono alla stessa classificazione ufficiale ma che sono sempre più distanti gli uni dagli altri, con una normativa che vincola enormemente la descrizione delle caratteristiche dei prodotti e che di conseguenza disincentiva le scelte produttive che premiano la qualità rispetto alla quantità	X			Lavorare su una proposta collettiva da negoziare con altre realtà per influire sulla governance del settore sui tavoli internazionali, per ottenere una revisione della classificazione e della normativa di etichettatura volontaria che possa consentire di raccontare con un linguaggio comprensibile le caratteristiche nutrizionali e sensoriali distintive degli extra vergini di alta qualità

5.5 Territorio

L'olivicoltura è una costante della geografia di tutta la penisola e qualunque intervento non può non considerare l'impatto che potrebbe avere sul paesaggio rurale.

Fattore	Impatto sulla strategia	forte	medio	basso	Misure e contromisure
L'olivo è presente in quasi tutte le Regioni e occupa larga parte dei territori interni marginali di collina e alta collina soprattutto al Sud e al Centro. È parte integrante e indissolubile del paesaggio agricolo italiano, con un valore insostituibile sul piano del presidio e custodia del territorio e dell'attrazione turistica	La maggior parte delle aziende olivicole delle aree interne sono: a) di ridottissima dimensione, economicamente poco produttive ma che assicurano una custodia e un presidio di territori svantaggiati insostituibile e di alto valore ambientale e sociale; b) spesso condotte da proprietari anziani; c) difficilmente meccanizzabili; d) poco rivolte al mercato ma dedite soprattutto all'autoconsumo o alla vendita locale		X		Trovare un giusto equilibrio nelle misure di sostegno che possa assicurare la permanenza di un'olivicoltura eroica, poco orientata al mercato, spesso collocata nei territori interni svantaggiati
Un patrimonio genetico varietale unico al mondo frutto di secoli di adattamento a latitudini e orografie sensibilmente diverse	Contribuisce all'immagine di qualità di cui gode l'intero paese e offre importanti opportunità di differenziazione solo parzialmente sfruttate	X			Rafforzare la conoscenza scientifica delle varietà nazionali in un'ottica di sperimentazione, messa a punto e applicazione di combinazioni inedite e innovative tra cultivar e sistemi di allevamento

5.6 Posizionamento competitivo nel medio-lungo periodo

L'olivicoltura e le attività ad essa connesse, costituiscono un patrimonio di primaria importanza per il Paese che va preservato e rafforzato. Alla luce dei diversi fattori strategici che sono stati considerati e descritti, si potrebbero raggruppare gli assi di intervento sotto due aree strategiche, quella del “mercato” e quella del “territorio”, entrambe determinanti per la sostenibilità economica del settore olivicolo oleario e di conseguenza per la sostenibilità ambientale e sociale.

Le aree strategiche hanno il solo scopo di raggruppare le tipologie di intervento per comodità narrativa, differenziandole sulla base degli obiettivi generali perseguiti.

Nell'area “**mercato**” verranno individuati gli assi di intervento che includono gli investimenti/provvvedimenti che, hanno come oggetto i prodotti destinati al mercato e di cui beneficeranno gli operatori della filiera che svolgono attività di produzione e commercializzazione di prodotti e servizi olivicolo-oleari.

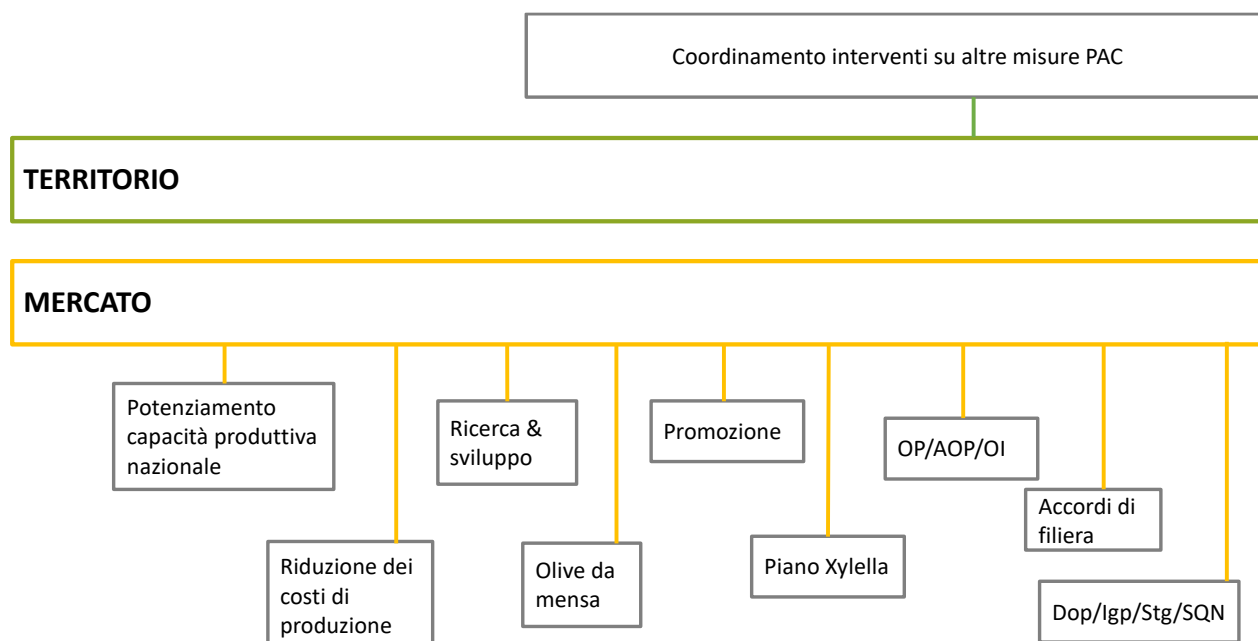
Nell'area “**territorio**” verranno individuati gli assi di intervento che includono gli investimenti/provvedimenti che hanno come oggetto il mantenimento del presidio dei territori con oliveti e la preservazione dell'integrità sociale e ambientale delle comunità agricole e rurali e di cui beneficeranno gli operatori della filiera che svolgono attività di produzione di prodotti e servizi olivicolo-oleari.

Le aziende/operatori della filiera possono rientrare come beneficiari in uno o in entrambe le aree strategiche, a seconda delle funzioni che svolgono.

L'area “mercato” si intende applicabile su tutto il territorio nazionale, mentre quella indicata come “territorio” corrisponde a specifici areali produttivi che saranno individuati per decreto.

5.6.1 Gli interventi di sostegno

I fattori strategici presi in considerazione e gli impatti descritti, ci indicano un percorso obbligato in termini di scelte strategiche da compiere nella direzione del mercato. Il collante di tali scelte, che funge anche da orientamento nella definizione degli obiettivi da perseguire e che emerge dall'analisi è la positiva “reputazione” dell'olio italiano. La reputazione costituisce l'asset intangibile più prezioso che il Paese possiede e ogni obiettivo e misura di intervento che verrà proposta dovrà essere preventivamente valutata alla luce del suo contributo nel preservare o rafforzare la reputazione dell'olio di oliva italiano.



Nello specifico, la reputazione dell'olio italiano è storicamente positiva e il suo consolidamento e rafforzamento dovrà costituire **l'orientamento strategico di fondo** delle iniziative indicate dal piano

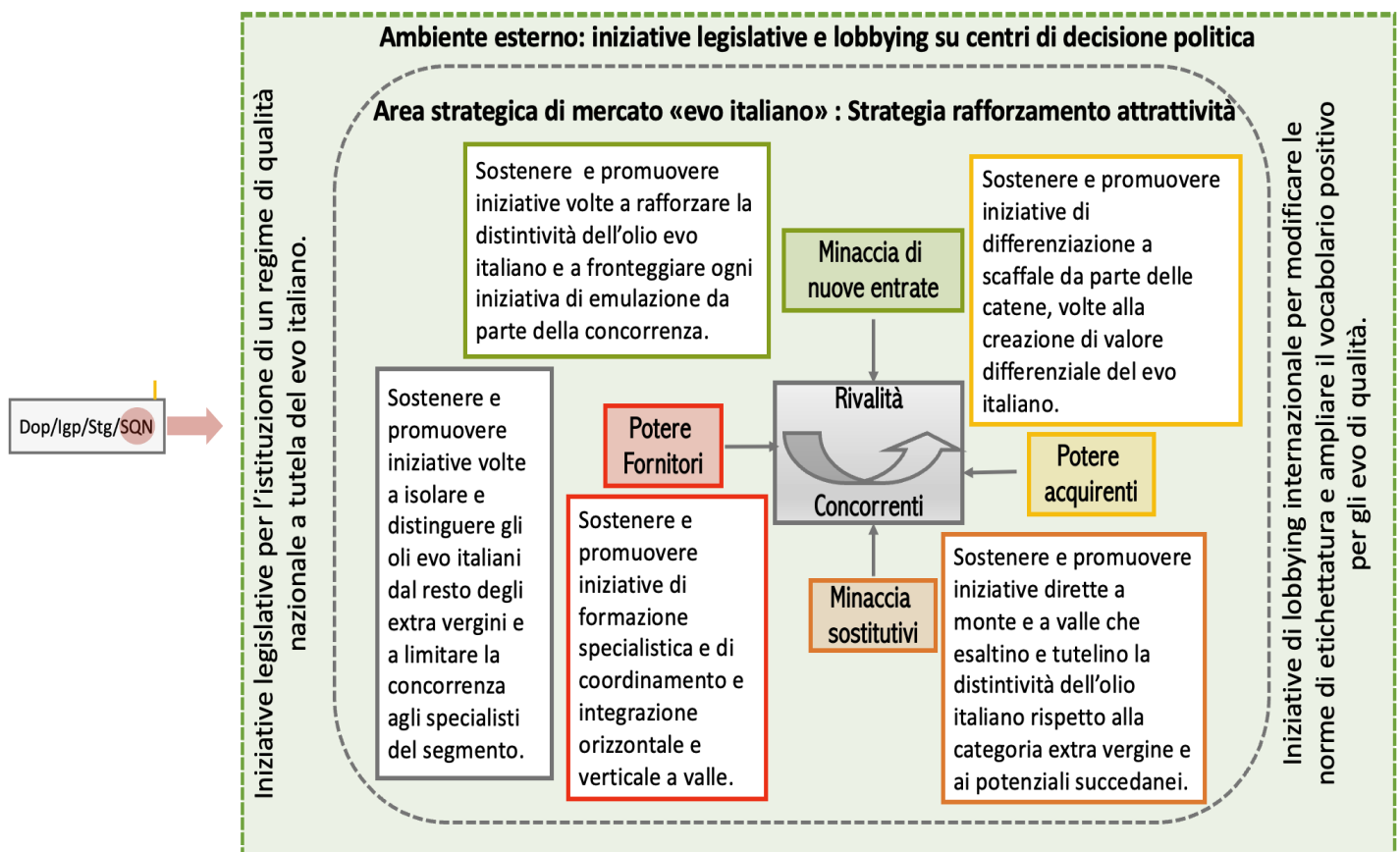
olivicolo per il futuro. Allo stato, l'olio di oliva italiano è percepito in generale - nel mercato interno soprattutto, ma anche all'estero - come il migliore del mercato, ma quello che emerge dall'analisi dello scenario, è che tale percezione non è eterna e che oggi è sotto minaccia, per il miglioramento conseguito e in corso degli oli prodotti in altri paesi. Sul fronte del miglioramento, tutela e promozione della qualità dell'olio italiano, il percorso è sostanzialmente obbligato e subordinato al posizionamento che i consumatori ci riconoscono da tempo e che non può essere disatteso. Si impone pertanto un rinnovato impegno per rafforzare il binomio **“olio italiano = qualità”** lavorando sul segmento degli extra vergini per diversificarne l'offerta e per rafforzarne la percezione distintiva rispetto agli extra vergini di diversa origine, sempre più presenti e di qualità.

L'impegno interno dovrebbe pertanto andare nella direzione di rafforzare e sviluppare più efficacemente e distintamente il segmento degli EVO di **qualità**, anche favorendo, promuovendo e sostenendo, possibili innovazioni nel concept del prodotto per creare e mantenere barriere all'entrata e consolidare i vantaggi competitivi del nostro paese in quest'area business, senza trascurare l'importanza di intervenire nel contenimento dei costi medi, relativamente ai quali le aziende italiane scontano un significativo svantaggio rispetto ai diretti concorrenti. Quello dei costi di produzione è un divario che è di fatto solo parzialmente colmabile, nel lungo periodo e in aree ristrette, il che rende ancora più urgente l'impegno nel sostenere quelle innovazioni nel concept di EVO italiano per metterlo al riparo dalla concorrenza stretta. Il contributo alla **riduzione dei costi di produzione** merita un'attenzione particolare nel piano, tanto da essere considerata una componente di merito di ogni intervento volto al rafforzamento della qualità differenziale del prodotto italiano rispetto alla concorrenza, per la maggiore efficacia e sostenibilità che conferisce all'investimento nel medio-lungo periodo. Una siffatta strategia comporta un forte impegno sul capitale umano, attraverso qualificate e mirate iniziative di **formazione** degli operatori dal campo alla tavola, coprendo non solo l'acquisizione di competenze sulle **buone pratiche** di produzione e **sicurezza alimentare**, ma anche le competenze sulla **conservazione** e **distribuzione** degli oli EVO di qualità e sull'**educazione** dei consumatori e operatori a valle nella corretta conservazione del prodotto in casa e al ristorante.

L'asse di intervento che comprende gli EVO di qualità dovrà prevedere iniziative di carattere politico orientate a modificare l'ambiente esterno normativo con la rimozione di taluni “vincoli” legislativi che allo stato impediscono un pieno sviluppo di tale area strategica di affari, dove le caratteristiche distintive di tali extra vergini non trovano possibilità di espressione, per un vizio di origine della legislazione sul panel test, orientato da sempre al riconoscimento dei difetti piuttosto che dei pregi.

Nello schema sottostante si propone una sintesi degli obiettivi di intervento finalizzati a migliorare l'attrattività del segmento di “EVO italiano” prendendo come esempio l'introduzione di un sistema di

qualità nazionale per gli EVO di alta qualità. Gli obiettivi da perseguire nell'ambiente esterno e nell'area interna di affari produrrebbero effetti utili anche per gli altri prodotti compresi nell'asse di intervento sulla qualità (IG, monovarietali Bio, sostenibili ecc.) e lo schema potrebbe orientare anche gli interventi specifici sulle altre tipologie di prodotto dell'asse.



6 AREA MERCATO E TERRITORIO: GLI ASSI DI INTERVENTO

Di seguito verranno esaminati nello specifico 5 assi di intervento dell'area mercato più connessi alla competitività e ai quali si aggiunge la tracciabilità dell'olio di oliva:

- Potenziamento della capacità produttiva nazionale;
- Riduzione dei costi di produzione;
- Incentivazione dell'aggregazione dell'offerta e accordi di filiera;
- Gli extra vergini di qualità;
- Olive da mensa;
- Tracciabilità.

Assumono invece un'importanza più legata alla dimensione territorio gli assi di intervento:

- Nuovo Piano Xylella f.
- Ricerca e Sviluppo (Interventi per la ricerca con misura di accompagnamento per il settore vivaistico).

A chiudere gli assi di intervento c'è la Promozione che raccoglie tutte le indicazioni del Piano Olivicolo per comunicare e promuovere il prodotto italiano.

6.1 Interventi per il potenziamento della capacità produttiva nazionale

L'Italia, in questi ultimi decenni, ha perso quote di mercato in termini produttivi pur mantenendo un ruolo rilevante a livello mondiale nelle esportazioni di prodotto confezionato che garantisce grazie anche alle importazioni. Il prodotto importato, peraltro, soddisfa anche parte del consumo interno visto che la produzione interna è costantemente inferiore ai volumi consumati. unitario.

Appare evidente che, per ridurre la dipendenza dall'estero, è necessario aumentare la produzione interna sebbene tale operazione sia resa difficile da un modello tradizionale caratterizzato dai costi elevati e non competitivi rispetto a quelli di altri Paesi che hanno adottato sesti di impianto più moderni anche se a più alto fabbisogno idrico.

Per avere, quindi, maggiori volumi di olio EVO 100% italiano occorre intervenire in alcune debolezze strutturali del sistema quali:

- Frammentazione delle superfici olivate e dimensione aziendale eccessivamente ridotta (superficie media aziendale minore di due ettari);
- Impianti di difficile meccanizzazione a causa dell'orografia del territorio.
- Rese unitarie basse dovute a:
 - bassa densità d'impianto;
 - tecniche colturali onerose;
 - elevata presenza di impianti in terreni marginali sebbene ad alto contenuto paesaggistico;
- Elevato numero di agricoltori non professionali e questo comporta una non adeguata gestione di nutrizione e difesa, aspetti determinanti soprattutto alla luce dei cambiamenti climatici in atto.
- Elevato fabbisogno di manodopera per alcune operazioni colturali quali potatura, raccolta ecc.

6.1.1 Obiettivo

Aumento della produzione nazionale di olio EVO del 25% (75 mila tonnellate in più rispetto alla media 2020-2024) in 6-10 anni, attraverso:

1. Ammodernamento degli impianti produttivi (nuovi impianti e/o azioni di ristrutturazione e riconversione degli oliveti)
2. l'introduzione di nuovi sistemi colturali che concilino la sostenibilità, nelle sue declinazioni sociali, ambientali ed economiche.
3. Proposta di legge - Recupero degli impianti olivicoli abbandonati e scarsamente produttivi
Ci sono comunque esperienze di aiuto per la gestione degli oliveti abbandonati ma non sempre con grande successo per gli alti costi di gestione (manodopera). Le OP stanno già ragionando sulla distinzione tra oliveto produttivo e quello "paesaggistico".

A tal riguardo, occorre una giusta dotazione finanziaria e linee di intervento differenti.

6.1.2 Linee di intervento e possibili azioni attuative

L'aumento di produzione si potrà ottenere puntando su:

- A. aumento della superficie italiana olivetata;
- B. espianto e reimpianto;
- C. aumento delle quantità ad ettaro e delle rese ad olio.

A- Aumento della superficie olivetata

In Italia non c'è un problema di scarsa superficie olivetata, 1,1 milioni di ettari secondo Istat, ma di bassa resa media dovuta anche all'abbandono degli oliveti e alla mancata raccolta. L'incremento della superficie olivetata o, meglio, della resa, si ottiene con investimenti in nuovi impianti di oliveti, o ristrutturazione degli esistenti, da realizzare secondo le seguenti linee guida:

- localizzazione in aree vocate così da favorire la creazione di distretti specializzati;
- utilizzo di terreni che favoriscono i diversi gradi di meccanizzazione (pianura o leggero declivio) e/o irrigazione;
- impiego di varietà adatte all'ambiente secondo le indicazioni elaborate dal CREA (in combinazione con i lavori del gruppo ricerca).

B – Aumento delle rese olive/ettaro e olio/olive

Nelle aree maggiormente vocate dell'olivicoltura italiana c'è necessità di rinnovare, per vari motivi, gli oliveti esistenti tramite, laddove compatibile con la normativa regionale:

- **estirpazione e reimpianto** che comporta l'estirpazione di un oliveto già esistente per reimpiantarne uno in una logica di maggiore efficienza sia in termini di meccanizzazione e/o irrigazione sia in termini di scelte varietali;
- infittimento: aumento della densità d'impianto fino a raggiungere almeno 300 piante a ettaro.

Inoltre, si segnala che la crescente variabilità climatica e l'aumento della frequenza dei periodi siccitosi rendono oggi la disponibilità di acqua per l'irrigazione un elemento strategico per la sostenibilità produttiva dell'olivicoltura italiana. In tale contesto, assume particolare rilevanza la diffusione di piccoli e medi invasi aziendali, destinati alla raccolta e allo stoccaggio delle acque meteoriche e di superficie, quali infrastrutture fondamentali per garantire stabilità produttiva, efficienza tecnico-agronomica e capacità di adattamento ai mutamenti climatici.

Tuttavia, l'attuale quadro autorizzativo relativo alla realizzazione, all'ammodernamento o alla regolarizzazione di tali invasi presenta un'elevata complessità normativa, una frammentazione delle competenze e tempistiche procedurali spesso non compatibili con la programmazione imprenditoriale delle aziende agricole. La conseguenza è un utilizzo limitato di strumenti che, invece, risulterebbero decisivi per l'aumento della capacità di resilienza delle imprese e per la riduzione del fabbisogno irriguo di emergenza nei periodi critici.

Il Piano Olivicolo Nazionale ritiene pertanto evidenziare l'importanza di avviare un percorso di semplificazione delle procedure autorizzative, finalizzato a rendere più lineare, uniforme e prevedibile il processo di approvazione degli interventi sugli invasi aziendali. Tale percorso potrà includere la definizione di criteri tecnici nazionali, l'estensione delle procedure semplificate per interventi di piccola e media dimensione, la razionalizzazione dei passaggi autorizzativi e l'introduzione di strumenti di coordinamento stabile tra gli Enti competenti.

L'obiettivo è incentivare la diffusione di soluzioni infrastrutturali idonee a migliorare la gestione delle risorse idriche, sostenere l'efficienza produttiva, favorire l'adattamento climatico e garantire alle imprese agricole strumenti concreti per programmare investimenti efficaci e sostenibili nel medio-lungo periodo.

6.1.3 Risultati attesi

Per ottenere un incremento della produzione nazionale di olio del 25%, si prevede di aumentare o ristrutturare circa 70 mila ettari di superficie olivicola, pari al 6% della superficie olivetata totale, con impianti più moderni, che garantiranno una maggiore resa a ettari e contestualmente una maggiore disponibilità di EVO italiano.

6.1.4 Stima fabbisogno finanziario (compenso per mancati redditi)

Sulla base dei risultati attesi è possibile ipotizzare una stima dei costi necessari in relazione alle diverse tipologie di investimenti ripartiti in:

- **Nuovi impianti** su circa 45.000 ettari, superfici oggi dedicate ad altre colture;
- **Espianto/reimpianto** e infittimenti per circa 25.000 ettari di oliveti tradizionali in aree vocate con inserimento di impianti di irrigazione per non meno di 8.000 ettari;
- Nei soli casi di estirpazione e **reimpianto** si ipotizza un compenso per mancati redditi di 1.000 euro ad ettaro per 3 anni.

Parametri necessari per il perseguimento dell'obiettivo: i costi standard definiti per l'olivicoltura (fonte RRN), tenendo conto che le operazioni di nuovo impianto e di infittimento saranno compensate dal PON per il 60%, mentre il mancato ricavo sarà erogato al 100%.

Beneficiari:

Potranno accedere ai benefici del PON le imprese che possono far fronte a un investimento sostenibile e che assicurino l'immissione del prodotto sul mercato:

- 1) Aziende che operano come imprenditori, sia in forma singola che associata, con fascicolo aziendale o OP e/o Cooperative e che agiscono in proprio o per conto di proprietari del fondo;
- 2) Giovani imprenditori
- 3) Aziende associate a Op e/o cooperative;
- 4) Giovani imprenditori al primo insediamento;

6.2 Interventi per riduzione dei costi di produzione

L'olivicoltura italiana ha dei costi di produzione elevati che si riflettono sul prezzo alla produzione. Ciò determina una bassa competitività del prodotto italiano sui mercati di sbocco.

6.2.1 Obiettivo

Migliorare la competitività dell'olivicoltura italiana intervenendo sulla fase agricola.

6.2.2 Linee di intervento e possibili azioni attuative

La riduzione dei costi di produzioni si potrà ottenere attivando i seguenti interventi:

A - Promozione di forme aggregate per la condivisione di fattori produttivi

L'utilizzo collettivo, sia di attrezzature sia di manodopera e di altri fattori produttivi, quali ad esempio sistemi di *precision farming* e reti di impresa, consentirebbero anche alle piccole aziende di ridurre i costi di produzione, raggiungendo obiettivi economici che altrimenti non riuscirebbero a conseguire;

B-Corsi di formazione

Al fine di consentire il ricorso a manodopera specializzata occorre implementare la formazione su tutte le operazioni colturali.

C-Introduzione di *precision farming*

In un'ottica di *precision farming* si introducono, ad esempio, sistemi DSS che consentono di ottimizzare la gestione della difesa fitosanitaria, della concimazione, dell'irrigazione e della raccolta riducendo i costi di produzione ed incrementando la redditività e la sostenibilità nonché migliorando la qualità del prodotto finito.

Sono ricompresi tutti gli strumenti/accesso ai dispositivi per coadiuvare nella gestione agronomica e la diagnosi precoce di eventuali fitopatie.

D- Valorizzazione dei sottoprodotti della lavorazione delle olive e dei residui delle operazioni colturali anche attraverso operazioni di concentrazione e razionalizzazione del prodotto così da ottenere reddito aggiuntivo monetizzando sui sottoprodotti.

E-Costituzione di un Osservatorio dei costi di produzione e dei prezzi di mercato

Per una costante analisi del settore e per un adeguato supporto alle decisioni si propone la creazione di un osservatorio costi di produzione/prezzi alla produzione del settore in tutte aree olivicole del Paese e per i differenti segmenti produttivi.

Questo si potrà integrare con un monitoraggio delle rese in campo (olive/ettaro) per avere una maggior contezza della variabilità produttiva (da valutare con il gruppo Ricerca).

6.2.3 Frantoi oleari e valorizzazione dei sottoprodotti

Nell'ambito delle misure finalizzate alla riduzione dei costi di produzione, emerge il ruolo strategico dei frantoi oleari all'interno della filiera olivicola nazionale, in considerazione della loro diffusione capillare sul territorio e della funzione di presidio economico e produttivo svolta a livello locale. Il rafforzamento del comparto dei frantoi, anche attraverso formazione e interventi di ammodernamento tecnologico ed efficientamento dei processi, contribuisce al miglioramento dell'efficienza complessiva della filiera e al contenimento dei costi di trasformazione. Particolare rilievo assume la valorizzazione dei sottoprodotti della lavorazione oleicola, da considerare risorse e non rifiuti, in un'ottica di economia circolare. A tal fine, appare auspicabile una revisione e semplificazione del quadro normativo vigente, nonché l'integrazione degli interventi con gli strumenti della PAC e delle politiche di filiera, al fine di rafforzare competitività, sostenibilità e sviluppo delle aree rurali.

6.2.4 Risultati

Si ipotizza di ottenere un abbattimento dei costi medi di produzione di almeno il 20% in un arco temporale di 6-10 anni.

6.2.5 Stima fabbisogno finanziario

A-Promozione di forme aggregate per la condivisione di manodopera e attrezzature.

Si prevede il coinvolgimento di imprese associate, anche di nuova costituzione, sotto forma di cooperative, consorzi, reti di imprese ecc.

Il contributo sarà finalizzato a programmi pluriennali (≥ 3 anni) di investimenti in macchinari e attrezzature e manodopera per 11,4 milioni di euro che corrisponde al 60% rispetto a un investimento complessivo di 17 milioni di euro all'anno.

Contributi necessari per il perseguimento dell'obiettivo: 11,4 milioni di euro all'anno

Beneficiari:

Imprese associate, anche di nuova costituzione, sotto forma di cooperative, consorzi, reti di imprese ecc.

Criteri di demarcazione: sono escluse le aziende che già hanno ricevuto contributi per lo stesso tipo di investimento (controllo da fare con CUAA, p. IVA ecc.).

B-Corsi di formazione

Si stima di realizzare ogni anno circa 200 corsi per la formazione di 4.500 operai specializzati per le operazioni di potatura, raccolta e moderna gestione dell'oliveto. La formazione è richiesta da reti di imprese, cooperative, Op/AOP, organizzazioni di produttori e affidata a enti di formazione accreditati.

Il costo stimato per allievo formato è di € 500,00 per una spesa totale di 2,25 milioni di euro annui.

Il contributo si ipotizza pari all'80% con una spesa a carico del PON pari a 1,8 milioni di euro annui.

C- Introduzione di precision farming

Si stima di dotare aziende singole o associate, con superficie minima di 80 ettari, di sistemi *precision farming* in modo da servire una superficie di almeno 20.000 ettari. Il contributo del PON è pari a 3,2 milioni annui, pari all'80% dell'investimento previsto.

Contributi necessari per il perseguimento dell'obiettivo 3,2 milioni di euro annui.

Beneficiari Aziende singole o associate (in qualsiasi forma) con almeno 80 ettari.

D- Valorizzazione dei sottoprodotti della lavorazione delle olive e dei residui delle operazioni colturali

La tematica è particolarmente ampia ma la quantificazione di eventuali investimenti è resa difficoltosa da una casistica così ampia di operazioni possibili.

E-Costituzione di un Osservatorio dei costi di produzione e delle variabili del settore (produzione, prezzi di mercato, commercio con l'estero ecc.) da estendere anche alle olive da mensa.

Fabbisogno: 500 mila euro annui

6.3 Incentivazione dell'aggregazione dell'offerta e accordi di filiera

La strutturazione della filiera richiede il consolidamento dell'organizzazione in OP, cooperative e reti di impresa strumenti indispensabili per migliorare la posizione degli agricoltori sul mercato. Le aziende agricole associate in varie forme dovrebbero avere delle priorità e delle agevolazioni nell'accesso a servizi, informazioni, capitali, ecc.

Incentivare l'aggregazione significherebbe non lasciare da soli i piccoli olivicoltori, permettendo così la sopravvivenza anche delle olivicolture più marginali, ma pur sempre inserite nel mercato.

Risulta indispensabile continuare a lavorare per rafforzare l'aggregazione e il ruolo economico delle Op, delle cooperative e delle reti di impresa; al contempo occorre preservare le Op che svolgono funzioni di natura economica, ambientale, sociale e sono di riferimento sui territori per gli olivicoltori, massimizzando le opportunità di accesso delle stesse a fondi come il FEASR, ma anche puntando a interventi nazionali di rafforzamento, come la patrimonializzazione delle Op e di inclusione delle stesse in progetti di salvaguardia delle aree interne.

Le linee di intervento sono:

A - Riforma delle Organizzazioni dei produttori

Obiettivo: concentrare almeno il 50% della produzione nazionale tramite OP/AOP.

Inserimento di" società costituite da almeno il 90% da OP (Filiali) come descritte nel Reg. UE n. 126/2022 art. 31 par. 7".

Possibili operazioni finanziabili:

- un contributo in conto interessi per l'accensione di finanziamenti a breve termine, compresi fidi, scoperti di conto corrente ed effetti all'incasso (< 18 mesi) finalizzati a favorire l'acquisto e lo stoccaggio delle produzioni;
- concessione di garanzie per i finanziamenti di cui al punto precedente.

Contributi necessari per il perseguimento dell'obiettivo: 5,2 milioni di euro

Destinatari dell'incentivo: OP, AOP, Società di OP, Reti di impresa fra OP.

B- Accordi di filiera settore olivicolo

Obiettivo: Sostenere e favorire il meccanismo della filiera, con scambi di prodotto tra i diversi operatori. Si prevede di incentivare **accordi tra operatori della filiera** dove dovrebbe essere preminente la

premialità per tutte le produzioni di cui l'Italia vanta una specificità unica sui mercati interni ed esteri (100% italiano in tutti i segmenti di extravergine) a cui si aggiungono anche gli accordi di filiera per le produzioni di categoria merceologica inferiori all'extravergine.

A fronte di questo riconoscimento, il finanziamento erogato in rapporto alla produzione oggetto degli accordi andrà a finanziare progetti di comunicazione e promozione presentati dagli operatori coinvolti.

Si prevede quindi la redazione di un contratto tipo unico, riconosciuto dal MASAF, che preveda un logo riconoscibile in bottiglia (collarino, bollino, etc.), delle premialità di prezzo alla parte agricola su condizioni oggettive (analisi chimiche, certificazioni DOP IGP, Bio, SQNPI, ecc.) sul prodotto italiano.

C-Riconoscimento Organizzazione Interprofessionale

È un'esigenza della filiera, inoltre, procedere al riconoscimento di un'Organizzazione interprofessionale (ex art. 157 Reg 1308/2013), piattaforma naturale di discussione tra gli attori della filiera, ma soprattutto centro di competenza per la promozione, la committenza alla ricerca, la condivisione di dati tecnici ed economici e, quindi, della conoscenza.

L'OI dovrebbe possedere le caratteristiche di unicità a livello nazionale (la cui normativa di riferimento è rappresentata dal D.L. 5 maggio 2015, n. 51 convertito con modificazioni dalla Legge 2 luglio 2015, n. 91), inclusività dei soggetti maggiormente rappresentativi a livello nazionale, con riferimento a tutta la filiera, compresa la grande distribuzione organizzata, pariteticità nella governance ed equilibrio tra le fasi che compongono la filiera, produzione da un lato e trasformazione/commercio/distribuzione dall'altro al fine di concorrere a stabilizzare il reddito.

Inoltre, prendendo esempio da quanto accade in Spagna, è auspicabile che l'Organizzazione Interprofessionale tratti una cifra da stabile per ogni tonnellata commercializzata da utilizzare per promozione e comunicazione.

All'interno degli accordi dovrebbero trovare spazio sia i prodotti principali dell'olivicoltura, quindi olio e olive da mensa ma anche i prodotti secondari derivanti dalla lavorazione così da incrementare le produzioni vendibili, aumentare il reddito e, nello stesso, tempo innescare un processo virtuoso di economia circolare nell'ottica di una maggiore sostenibilità delle produzioni.

Informativa alle Regioni

Con nota n. 272541 del 08/06/2026, è stato trasmesso alla Conferenza Stato-Regioni, al fine di rendere informativa ai sensi dell'articolo 6, comma 1, del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, lo schema di decreto del Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste di adozione del Piano di settore olivicolo italiano 2026-2030. In data 7 luglio 2026 la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato e le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano, ha preso atto della citata informativa ai sensi dell'articolo 6, comma 1, del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281.

Contestualmente è stato chiesto di distinguere di inserire una distinzione tra: a) OP a prevalente funzione commerciale, orientate alla concentrazione dell'offerta ed alla commercializzazione del prodotto, correttamente inquadrare nell'attuale sistema di sostegno basato sul VPC; b) OP a prevalente funzione tecnica, orientate alla diffusione dell'innovazione, all'assistenza tecnica, alla formazione, al miglioramento della qualità ed al presidio territoriale, prive di attività commerciale diretta e di fatturato derivante dalla concentrazione dell'offerta. La distinzione sopra richiamata è volta a istituire, nell'ambito del PON 2026/2030, una linea di finanziamento dedicata alle OP a prevalente funzione tecnica, in considerazione delle funzioni di interesse pubblico svolte da tale tipologia di OP.

Ciò premesso, acquisito uno specifico parere al riguardo dal Dipartimento competente e in considerazione che tale attività assume carattere autonomo e complementare rispetto agli interventi settoriali della PAC, saranno eventualmente valutate iniziative di sviluppo tecnico con copertura con fondi nazionali e/o regionali.

6.4 Olio di qualità

In questo quadro di iniziative, assumono particolare importanza l'insieme degli attuali **50 oli IG** (42 Dop e 8 Igp), che godono già di un sistema di tutela e di protezione, gli **EVO biologici**, di cui l'Italia vanta una posizione di leadership, gli **EVO sostenibili (SQNPI)**.

Per quanto riguarda le IG, gli interventi dovranno avere come obiettivo: una migliore razionalizzazione di quelli esistenti - in un'ottica di creazione di sinergie ed economie di scala e di scopo tra quelli esistenti - un'attività di sensibilizzazione degli operatori delle aree coinvolte e una più efficace e coordinata comunicazione e sensibilizzazione dei consumatori rispetto alla tipicità degli oli IG e al loro valore distintivo.

È necessario sviluppare una strategia nazionale che permetta agli oli IG di dispiegare appieno le loro potenzialità. Questo disegno è composto da azioni rivolte all'esterno, che necessitano di risorse finanziarie dedicate e da azioni rivolte all'interno delle stesse istituzioni, che non necessitano di impegni finanziari ma che, grazie alla collaborazione e alla sinergia tra MASAF, Regioni e CCIAA, favoriranno lo sviluppo degli oli IG sia come consumo del prodotto sia come iniziative relative all'olio turismo.

6.4.1 Linee di intervento e possibili azioni attuative

a) Ulteriore implementazione nei futuri bandi CSR delle diverse regioni di una premialità per tutti gli attori della filiera produttiva "attivi" nelle filiere degli oli e delle olive da tavola IG, restando il vincolo della certificazione del prodotto;

b) ulteriore assegnazione di risorse sui Bandi ministeriali indirizzati ai Consorzi di tutela riconosciuti, tra i quali i consorzi per gli oli IG, per lo sviluppo delle attività a beneficio degli operatori e dello sviluppo del territorio attraverso azioni promozionali;

c) supporto e creazione di distretti degli oli IG, anche in combinazione con altri prodotti IG, nei quali il progetto di sviluppo territoriale coinvolge ristorazione, turismo, distribuzione di rilievo alla IG olivicola che acquisirebbe maggiore visibilità, valore aggiunto e reputazione.

Le stesse azioni previste per le IG vanno condotte per gli altri segmenti sempre con l'obiettivo di valorizzare l'olio italiano dando priorità ai prodotti provenienti da accordi di filiera.

6.5 Olive da mensa

6.5.1 Il mercato delle olive da mensa

Il comparto delle olive da mensa, pur appartenendo alla filiera olivicola, presenta caratteristiche e dinamiche proprie che lo distinguono in modo sostanziale dal settore dell'olio. Tali peculiarità richiedono un approccio specifico e mirato. L'Italia rappresenta in questo ambito un'eccellenza in continua crescita: le olive da mensa italiane stanno riscuotendo un successo sempre maggiore anche sui mercati esteri, grazie alle loro qualità distintive in termini di origine, colore e gusto.

Così come l'olio di oliva, anche la produzione europea di olive da tavola 2024/205 ha risentito delle flessioni quantitative. Nell'ambito dell'Unione Europea la Spagna e la Grecia dominano il mercato delle olive da mensa.

L'Italia sta lavorando per cogliere a pieno le potenzialità di questo segmento produttivo che riscuote un rinnovato e fervido interesse nel mondo. Le olive da tavola oltre ad essere presenti nella "dieta mediterranea" tradizionale, sono entrati nei nuovi abitudini di convivialità tra le nuove generazioni (antipasti, snack, aperitivi). Negli ultimi, infatti, anni sta emergendo un crescente interesse verso il consumo di olive da mensa in paesi ricchi come gli Stati Uniti, Regno Unito, Giappone, Cina, e meno ricchi Australia e Brasile. Si stima che nell'ultima campagna l'Italia si assesti su circa 77.000 t di produzione a fronte delle 150.000 t di consumo. Il saldo della bilancia commerciale è, pertanto, negativo. Le olive da tavola ricoprono in Italia solo un ruolo marginale nel più ampio mercato delle olive (da olio e da mensa), rappresentando solo il 4% del comparto dell'olivicultura, con una superficie totale coltivata di 35.000 ettari circa su circa un milione di ettari di oliveti. Oltre la metà del fabbisogno italiano di olive da mensa proviene dalla Spagna, un terzo dalla Grecia, il resto dai Paesi del nord Africa.

Ad oggi abbiamo quattro DOP olive da tavola: la DOP Nocellara del Belice, la DOP Bella della Daunia, la DOP Ascolana del Piceno e la DOP Olive di Gaeta a cui va aggiunta l'IGP Olive Taggiasche Liguri (riconosciuta nel 2025), mentre (al momento della stesura del presente documento) è appena iniziato l'iter di riconoscimento della DOP Peranzana Alta Daunia con la presentazione della domanda alla Ue.

6.5.2 Obiettivo

Per superare le criticità strutturali e liberare le potenzialità economiche del settore, sarebbe opportuno concordare una strategia nazionale integrata, volta a costruire valore, facendo leva sulle identità territoriali, il patrimonio varietale, le innovazioni tecnologiche in grado di rafforzare la competitività del settore.

L'obiettivo è migliorare la qualità, comunicare i caratteri distintivi dei diversi prodotti, potenziare il ricorso alle certificazioni internazionali, alle protezioni di origine e dare un ruolo ben preciso all'analisi sensoriale.

6.5.3 Linee di intervento e possibili azioni attuative

Qualificazione delle produzioni olivicole e certificazione del prodotto olive da tavola: regolamentare le procedure per il riconoscimento della qualità certificata delle olive da mensa – Origine in etichetta – Sostegno delle produzioni a DOP / IGP– gruppi Panel test legati alle Dop territoriali e ai Consorzi di tutela riconosciuti (promuovere e attivare corsi riconosciuti dal MASAF per assaggiatori e capo panel – come per l'olio vergine di oliva).

Risulta prioritario orientare la ricerca verso nuove varietà di olivo resilienti agli effetti del cambiamento climatico e verso una gestione più moderna e sostenibile delle risorse idriche, non solo sul piano infrastrutturale ma anche strategico. È inoltre necessario sviluppare impianti olivicoli innovativi ed efficienti, in grado di garantire continuità produttiva e regolarità negli approvvigionamenti. Parallelamente, appare essenziale valorizzare il patrimonio olivicolo esistente, ricco di varietà pregiate e di forti identità territoriali, attraverso piani di recupero degli oliveti non più produttivi e il sostegno alle produzioni a denominazione DOP e IGP.

A- Favorire interventi strutturali per il comparto da mensa:

- 1) investimenti nella fase agricola con nuovi impianti specializzati;
- 2) investimenti per captazione e nuova realizzazione di invasi per la successiva distribuzione della risorsa idrica attraverso gli impianti di irrigazione;
- 3) investimenti negli oliveti per gli impianti irrigui;
- 4) investimenti nella trasformazione/magazzinaggio/confezionamento delle olive da mensa
- 5) formazione professionale specifica degli operatori/tecnici sulla coltivazione/trasformazione delle olive da mensa e sulle olive a duplice attitudine;

B- Sostenere l'innovazione di prodotto-processo, favorendo l'interazione tra “ricerca scientifica” e “settore produttivo” in un'ottica di “sostenibilità ambientale”. È necessario investire nelle nuove tecnologie applicate alla produzione e alla trasformazione, al fine di assicurare standard

sempre più elevati di qualità e sicurezza alimentare. In tale ambito, risulta fondamentale il coinvolgimento attivo di enti di ricerca, università e operatori della filiera, il cui contributo può risultare decisivo per il raggiungimento degli obiettivi del Piano.

- C- Valorizzare e supportare il sistema** dei controlli e introduzione di un'etichettatura per le olive 100% italiane a tutela dell'origine italiana, al fine di garantire tracciabilità e trasparenza al consumatore e fornire una risposta efficace alle richieste di un mercato sempre più dinamico ed esigente;
- D-** Estendere alle olive da mensa gli strumenti di sostegno previsti per l'olio da mensa, eventualmente attraverso un adeguamento del quadro normativo vigente, favorendo esperienze dirette per i visitatori e diffondendo la conoscenza di un prodotto che merita pari considerazione rispetto all'olio.
- E- Piano di comunicazione nazionale al fine di informare il consumatore circa gli aspetti** nutrizionali, salutistici, sensoriali e di legame con il territorio che il prodotto esprime in un'ottica dell'affermazione di un marchio Italia ed eventualmente delle singole IG.
- F- Implementazione di un osservatorio di mercato (da ricondurre al punto E del paragrafo 6.2.4)**

6.5.4 Risultati

Si auspica nei prossimi dieci anni un incremento delle disponibilità nazionali di olive da mensa almeno del 25% rispetto alla media 2022-2025.

6.6 Tracciabilità del prodotto

La **tracciabilità** dell'olio extra vergine d'oliva è cruciale per la tutela del consumatore e dei produttori.

A tal fine, il **Registro Telematico dell'Olio** svolge un **ruolo centrale** consentendo di monitorare ogni lotto e movimento lungo la filiera.

Tuttavia, l'efficacia di questo strumento per combattere le frodi transfrontaliere richiederebbe l'istituzione di un **Registro di Tracciabilità Unico a livello europeo** per uniformare i controlli.

A complemento di un sistema di tracciabilità digitale, l'introduzione di **sistemi di analisi innovativi** (come quelli basati su isotopi stabili/DNA o su specifiche analisi chimiche, inclusa la verifica dei limiti per gli alchil- esteri ecc.) è fondamentale per **garantire che il prodotto sia effettivamente "olio 100% italiano"**.

Questi **strumenti devono fornire agli organi di controllo metodi rapidi e precisi per orientare le ispezioni in modo mirato per identificare** eventuali sofisticazioni, miscele fraudolente o false dichiarazioni di origine a danno dei consumatori e dei produttori nazionali.

6.7 Interventi per la ricerca con misura di accompagnamento per il settore vivaismo

In Italia gli enti e le istituzioni che operano nel campo della ricerca per la filiera olivicolo-olearia sono numerosi, ma il trasferimento dei risultati delle ricerche verso il mondo produttivo spesso è parziale o carente. Il rilancio del comparto olivicolo-oleario nazionale esige un maggiore dialogo tra gli enti e le istituzioni del mondo della ricerca scientifica, il mondo produttivo e i vivaisti, e un trasferimento dei risultati delle ricerche innovative più efficace e costante.

6.7.1 Obiettivo

L'obiettivo del Piano è quello di adottare misure e interventi che favoriscano l'incremento delle produzioni, investendo, da una parte, sull'olivicoltura intensiva (nuove superfici e ristrutturazione dell'esistente) e rilanciando, dall'altra, l'olivicoltura tradizionale e paesaggistica, individuando e favorendo l'adozione di quelle pratiche innovative che possano aumentarne produttività e redditività. Il ruolo della ricerca nel perseguimento di tali obiettivi deve essere quello di fornire le conoscenze e i mezzi tecnici per affrontare le sfide dell'agricoltura del futuro, ovvero la resilienza ai cambiamenti climatici e agli stress biotici, e la sostenibilità, non solo ambientale, ma anche sociale, economica, e culturale.

Le azioni di ricerca, innovazione e trasferimento riportate nel presente lavoro sono state individuate attraverso la consultazione di esperti del mondo accademico e della ricerca, attingendo ai contenuti del progetto "O.L.I.O", approvato nella Commissione Politiche Agricole della Conferenza Stato Regioni il 31/10/2024, e da quanto espresso dai componenti del Tavolo tecnico nazionale in occasione delle riunioni plenarie e degli incontri del Gruppo di Lavoro.

Le azioni individuate possono essere raggruppate in tre linee di intervento, così definite:

1. azioni specifiche per l'olivicoltura intensiva e il vivaismo;
2. azioni trasversali, dei cui risultati potrà beneficiare tutta l'olivicoltura, indipendentemente dalla tipologia di impianto o destinazione del prodotto;
3. azioni di processo, strettamente legate alla trasformazione del prodotto.

Alle azioni di ricerca di cui al punto 1 è necessario, inoltre, affiancare misure di accompagnamento che sostengano e favoriscano il rinnovamento del vivaismo olivicolo.

6.7.2 Azioni specifiche per l'olivicoltura intensiva e il vivaismo

Gli obiettivi descritti nel capitolo 6 del presente documento prevedono di ottenere un incremento della produzione nazionale di olio del 25% attraverso la realizzazione di circa 68.000 ettari di impianti intensivi da realizzarsi in aree vocate all'olivicoltura, libere o attualmente destinate ad altre colture.

Per il raggiungimento di tali obiettivi è necessario individuare:

- a) le aree maggiormente vocate, sulla base delle carte dei suoli esistenti;
- b) le varietà tolleranti o resistenti nei confronti della *Xylella f. **, nell'ambito del germoplasma italiano esistente o di nuove varietà ottenute da incrocio, ampliandone il numero;
- c) i metodi di lotta alla *Xylella f.* nella zona infetta, ecosostenibili, che permettano alle piante infette sopravvissute di ritornare a produrre (vedi analogo punto del documento prodotto dal GdL4);
- d) le varietà italiane che più si adattano ad un'intensificazione colturale e ai cambiamenti climatici, e meno suscettibili alle principali avversità dell'olivo;
- e) le forme di allevamento e i sesti di impianto (sistemi colturali) più adatti, in relazione all'esigenza di meccanizzare la potatura e la raccolta;
- f) le tecniche di irrigazione che consentano il più razionale utilizzo delle limitate risorse idriche disponibili.

**Per quanto riguarda la ricerca di varietà tolleranti o resistenti a Xylella f. il Piano prevede attualmente di finanziare esclusivamente una ricerca coordinata del valore di 2 milioni di euro.*

6.7.3 Misure di accompagnamento per il settore del vivaismo

Incentivo economico per la moltiplicazione e commercializzazione delle varietà italiane selezionate per impianti intensivi e superintensivi.

L'incentivo potrebbe essere erogato per l'acquisto di attrezzature specifiche per la propagazione e la micropropagazione di piante di olivo. Per incoraggiare i vivaisti a produrre per il mercato si prevedono incentivi in investimenti materiali per circa 30 vivai, con una spesa media di 500 mila euro pro capite, un importo totale di investimento pari a 15 milioni di euro, finanziati con un contributo del 50% (stima impegno finanziario: 7,5M, Piano di settore).

Valorizzazione del marchio ministeriale QVI e premialità per il suo utilizzo

L'attuale livello di qualificazione delle produzioni vivaistiche nazionali (Decreto legislativo 18/2021 e successive modifiche ed integrazioni) assicura ampie garanzie circa la sanità dei materiali di propagazione e la loro certezza varietale, permettendo la piena tracciabilità e rintracciabilità delle

produzioni vivaistiche. In particolare, il marchio ministeriale QVI - Qualità Vivaistica Italia, rappresenta la certificazione volontaria nazionale per le produzioni vivaistiche, olivo compreso, sotto il controllo del Servizio fitosanitario nazionale e degli Osservatori regionali che, per come è organizzato ed attuato, rappresenta una certificazione di Processo e di Prodotto.

QVI è un marchio di proprietà del MASAF che qualifica le produzioni vivaistiche nazionali operate su scala volontaria; di fatto ha sostituito la categoria “virus esente” (non più prevista dalle attuali direttive della UE) fin dal 2014. Esso è stato registrato in tutti i Paesi UE, oltre che in 35 differenti Paesi terzi valutati interessanti per l’export del comparto vivaistico nazionale. Il Registro nazionale delle varietà di olivo (requisito comunitario obbligatorio - Direttiva 2008/90/CE del Consiglio e Direttiva di esecuzione 2014/97/UE della Commissione che prevede che ogni varietà per poter essere propagata e successivamente commercializzata debba essere iscritta a registro) attualmente consta di n. 737 accessioni registrate in rappresentanza di 599 differenti varietà. Di queste, 235 accessioni sono disponibili nel Servizio nazionale di certificazione volontaria del MASAF, in rappresentanza di ben 161 differenti varietà. Anche la tecnica della propagazione in vitro è oggi utilizzata dai laboratori commerciali che, nell’ultima campagna, hanno certificato circa mezzo milione di piante così prodotte. Attualmente, il 98% della produzione vivaistica nazionale si riferisce a 20 varietà soltanto. Considerato che le varietà maggiormente propagate (Coratina, Leccino, Frantoio, Moraiolo, Nocellara del Belice, Maurino, ecc.) non sono gravate da vincoli di propagazione, non essendo sottoposte a *Plant’s breeding right* (PBR), e, quindi, a pagamento di royalty, si pone il problema del loro mantenimento nelle strutture di conservazione e pre-moltiplicazione riconosciute dal MASAF per le categorie QVI e Certificato EU. **Sarebbe opportuno che l’autenticazione delle varietà di olivo della piattaforma nazionale, e il loro mantenimento, fosse assicurato dal MASAF tramite il CREA, e che possa essere favorito l’utilizzo di piante QVI**, al fine di propagare e distribuire materiali di elevata qualità che garantiscano certezza varietale, sanità, e assenza di organismi nocivi. L’impiego di materiale così certificato per la costituzione di nuovi impianti olivicoli, strumento di garanzia genetica e sanitaria dei materiali di propagazione, dovrebbe essere oggetto di premialità per il suo utilizzo.

Possibili azioni da implementare per favorire l’attività vivaistica orientata alla produzione di materiale certificato

Il Piano Olivicolo Nazionale (PON) ha come obiettivo di base l’incremento della produzione nazionale del 25% in 7-10 anni, prevedendo 45.000 ha di nuovi impianti nelle aree vocate, la sostituzione di 15.000 ha di oliveti vetusti e le opere di infittimento per avere densità minime di 300 piante/ha. Per questo, serviranno decine di milioni di piante di olivo certe sotto il profilo varietale e garantite sotto quello fitosanitario. Nell’ultima campagna vivaistica, le produzioni QVI certificate hanno riguardato 600.000

piante, fornite da una ventina di vivai. Negli ultimi anni, con tendenza completamente opposta rispetto al passato, la maggior parte della produzione è di piante auto radicate rispetto a quelle innestate.

Le aziende attive nella propagazione dell'olivo sono all'incirca 100, con maggior concentrazione in Toscana, Calabria e Sicilia. Solo poche di esse sono in grado di superare la soglia di 500.000 piante/anno secondo metodi di moltiplicazione classici – innesto e/o taleaggio. Ad esse si aggiungono 2 imprese che producono principalmente attraverso la micropropagazione in vitro.

Per supportare il vivaismo nella produzione di una così grande quantità di materiale, che soddisfi criteri di qualità previsti da QVI e garantite per gli aspetti varietali e fitosanitari, è necessario considerare i seguenti temi:

- a) la verifica genetica e sanitaria delle piante inserite nel sistema di certificazione volontaria QVI, considerato che queste accessioni costituiscono le piante madri delle filiere di produzione QVI e certificate EU, oltre a poter essere utilizzate anche per le produzioni CAC. In molti casi queste piante sono state costituite sulla base di descrizioni morfologiche di ecotipi che avevano origine in differenti ambienti pedoclimatici, oltre che con tecniche diagnostiche non così affidabili come le attuali. Pertanto, sarebbe opportuno che il CREA assicuri la verifica della loro rispondenza alla varietà dichiarata e la sanità prevista dagli attuali protocolli. Oggi questo è possibile grazie alla disponibilità di tecniche molecolari in grado di identificare con certezza la varietà, evitando così errori o casi di sinonimia, così come di protocolli diagnostici che danno maggiore sicurezza. Questo dovrebbe essere assicurato almeno per le circa 30 varietà maggiormente propagate.

- b) Crioconservazione del materiale di pre-base.

La conservazione in condizioni di isolamento (screen house) per evitare contaminazioni ed il mantenimento in sanità delle fonti primarie non è esente da rischi che possono provenire dal danneggiamento delle strutture o da cattive pratiche di gestione. Inoltre, esse risultano costose per le istituzioni che la attuano. La crioconservazione delle accessioni QVI, affiancata alle modalità tradizionali di mantenimento, permetterebbe di preservare appieno i materiali ed assicurarne la disponibilità in futuro, al riparo da eventi che potrebbero determinare la loro definitiva perdita.

- c) Protocolli di propagazione in vitro.

Messa a punto di protocolli di propagazione in vitro per tutte le varietà più importanti, sia in regime di produzione convenzionale che in biologico. Questo permetterebbe di far fronte in tempi brevi alla richiesta di elevate quantità di piante. Inoltre, faciliterebbe la commercializzazione verso paesi terzi per il superamento delle barriere fitosanitarie, avendo operato in condizioni di asepsi.

d) Ricerca di portinnesti clonali.

Per le varietà recalcitranti o di difficile radicazione, sia con tecniche tradizionali o di micropropagazione, la disponibilità di portinnesti clonali risulta fondamentale per rendere possibile la loro propagazione. Questo implica anche una ricerca per sviluppare tecniche di innesto-talea alla pari di quanto avviene per la vite o il melo.

e) Substrati di crescita.

Sviluppo di substrati artificiali, di composizione ben definita, in grado di ridurre e prevenire fenomeni causati da stress abiotici e biotici. Essi devono essere in grado di sostenere l'acclimatamento e la crescita delle piante in vivaio in contenitori di modeste dimensioni.

Tutto ciò avrebbe importanti ricadute sui costi di produzione, di movimentazione e trasporto, facilitando l'export verso i paesi lontani. E' auspicabile lo sviluppo di substrati innovativi, attivati con micorrize, consorzi biologici e preparati in grado di conferire resistenza e protezione verso organismi nocivi tellurici.

6.7.4 Azioni trasversali

L'esistenza di tipologie diverse di olivicoltura rende necessario individuare anche strategie d'intervento diversificate, in quanto ognuna di esse assume rilievo, vuoi per gli aspetti produttivi ed economici, vuoi per quelli ambientali, paesaggistici ed idrogeologici.

Gli obiettivi di incremento della produzione di olive e di oli di qualità devono essere, quindi, perseguiti conciliando l'esigenza di sostenibilità ambientale con quella economica e di difesa del territorio, anche attraverso la razionalizzazione della coltivazione degli oliveti tradizionali. È necessario promuovere il rinnovamento degli impianti per renderli adatti alla meccanizzazione ed alla gestione della chioma (potatura e controllo delle avversità biotiche), meccanizzare le pratiche colturali, ottimizzare le tecniche colturali per aumentare la produzione e ridurre i costi.

Il supporto del mondo scientifico a tale rinnovamento consiste nel trasferimento delle più recenti acquisizioni della ricerca, soprattutto della gestione della chioma e della meccanizzazione delle tecniche colturali.

Per il raggiungimento di tali obiettivi è necessario approfondire i seguenti argomenti di ricerca e favorire il trasferimento delle conoscenze attualmente disponibili riguardo:

- a) i mezzi tecnici e le strategie volte ad una gestione più sostenibile degli oliveti tradizionali, anche attraverso l'adozione di tecniche di agricoltura di precisione;

- b) l'impatto del regime termico sulla fenologia riproduttiva dell'olivo e problematiche di fioritura e allegagione;
- c) nuove molecole caratterizzate da una buona efficacia nel controllo dei principali parassiti ed avversità, da un basso impatto ambientale e da una bassa tossicità nei confronti dell'uomo e dell'ambiente;
- d) metodi strumentali per la rintracciabilità degli oli extravergine di oliva e delle olive da mensa italiane, certificati e *made in Italy*;
- e) individuazione analitica dei principali attributi sensoriali, nella prospettiva non di sostituire il metodo della valutazione organolettica, che rimane comunque l'unico ufficiale, ma di affiancarlo con sistemi di rilevazione più semplici ed economici, adatti agli screening di massa;
- f) strategie innovative per la gestione degli oliveti per la produzione di olive da mensa.

6.7.5 Azioni di processo

Rientrano nelle azioni di processo gli interventi volti ad approfondire e sviluppare gli aspetti legati alla trasformazione delle olive da olio e delle olive da mensa. Anche in questo caso è necessario favorire il trasferimento delle ultime conoscenze in tali ambiti e l'approfondimento di quegli aspetti che possano contribuire al miglioramento dei processi. È necessario favorire azioni volte a:

- a) sviluppare innovazioni di prodotto e di processo per l'olivicoltura da mensa italiana;
- b) approfondire gli aspetti delle innovazioni tecnologiche per le imprese di prima lavorazione e trasformazione;
- c) sviluppare e divulgare le nuove tecnologie per la valorizzazione dei prodotti secondari dell'olivicoltura e dell'industria olearia (dalla cosmetica, alla nutraceutica, alla farmaceutica).

Sinergie emerse con il documento del gruppo Mercato e tracciabilità (GdL2)

Sono emerse delle sinergie con il Gruppo di Lavoro 2, Mercato e tracciabilità. In particolare, le sinergie hanno riguardato i punti 6.1, 6.2 e 6.6 del documento redatto dal GdL 2.

Per il punto 6.1 Interventi per il potenziamento della capacità produttiva nazionale

6.1.2 Linee di intervento e possibili azioni attuative: Aumento delle superfici olivetate - impiego di varietà adatte all'ambiente secondo le indicazioni elaborate dal CREA.

Per il punto 6.2 Interventi per riduzione dei costi di produzione

6.2.2 Linee di intervento e possibili azioni attuative: Costituzione di un Osservatorio dei costi di produzione e dei prezzi di mercato, per una costante analisi del settore e per un adeguato supporto alle decisioni si propone la creazione di un Osservatorio costi di produzione/prezzi alla produzione del settore in tutte aree olivicole del Paese e per i differenti segmenti produttivi. Questo si potrà integrare con un monitoraggio delle rese in campo (olive/ettaro) per avere una maggior contezza della variabilità produttiva.

Per il punto 6.6 Tracciabilità del prodotto

A complemento di un sistema di tracciabilità digitale, l'introduzione di sistemi di analisi innovativi, come quelli basati sugli isotopi stabili di carbonio, idrogeno, ossigeno e azoto, o sui marcatori molecolari del DNA, o sui metalli in tracce, o su specifiche analisi chimiche, e l'applicazione dell'analisi chemiometrica ai dati analitici delle tecniche suddette, è fondamentale per garantire che il prodotto sia effettivamente corrispondente a quanto dichiarato in etichetta (marchi DOP, IGP) o che si tratti di "olio 100% italiano". Questi strumenti devono fornire agli organi di controllo metodi rapidi e precisi per orientare le ispezioni in modo mirato, e per identificare eventuali sofisticazioni, miscele fraudolente o false dichiarazioni di origine a danno dei consumatori e dei produttori nazionali.

6.8 *Xylella fastidiosa*

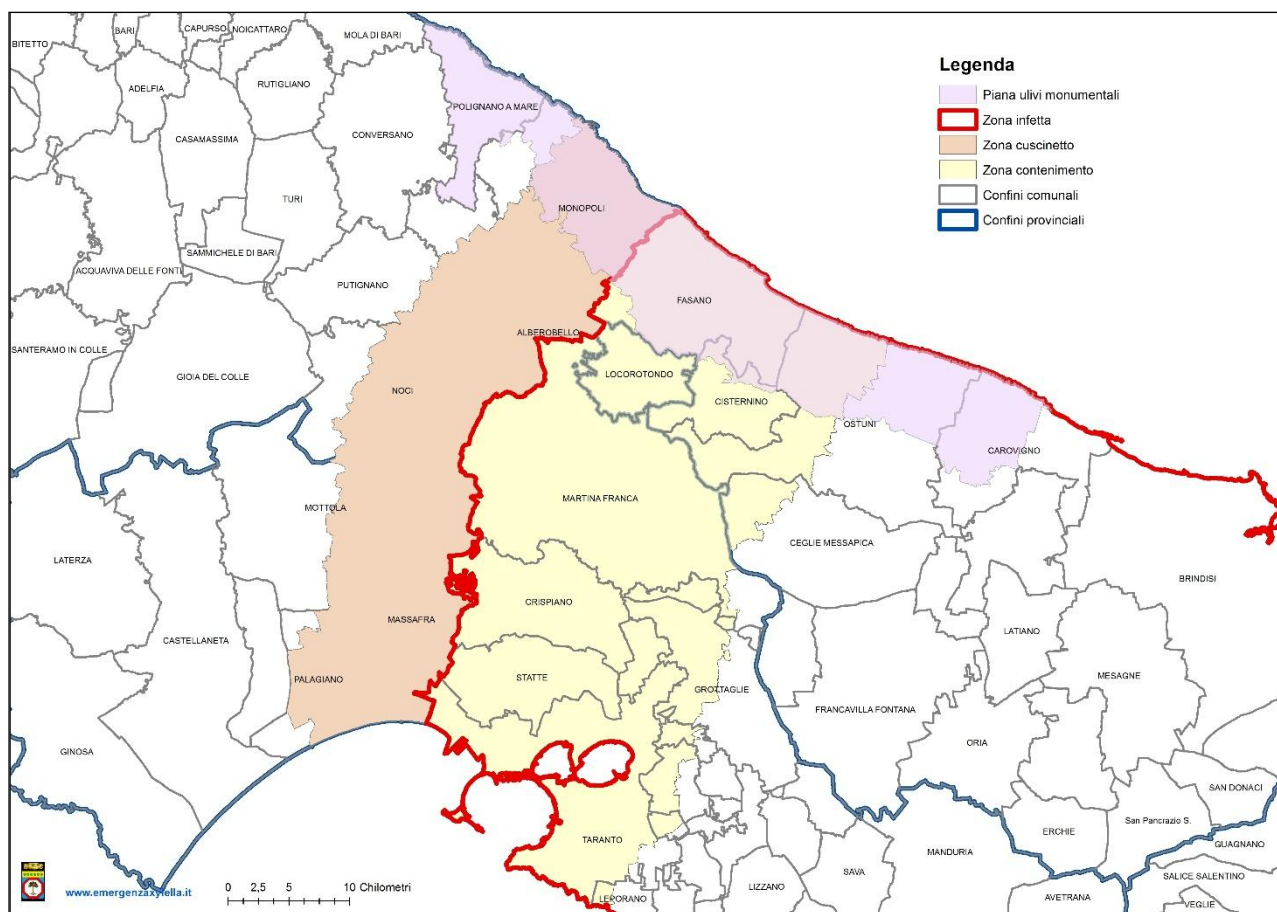
6.8.1 Interventi specifici

Il batterio *Xylella fastidiosa*, nelle sue varie sub specie, trasmesso attraverso insetti vettori dei quali il più importante è ad oggi la sputacchina scientificamente conosciuta come *Philaenus spumarius* continua a rappresentare una minaccia per l'olivicoltura, non solo in Puglia ma anche nelle regioni limitrofe (Molise, Basilicata, Calabria e Campania).

La lotta alla *Xylella fastidiosa* è iniziata nel 2013 quando il batterio è stato identificato per la prima volta nei vasi xilematici delle piante di ulivo disseccati. I primi sintomi della malattia sono comparsi nell'estremo sud della Puglia, in provincia di Lecce.

Da allora il patogeno ha invaso tutta l'area del Salento e ad oggi la situazione è continuamente monitorata. Gli aggiornamenti sulla diffusione e le diverse aree delimitate possono essere visionati sul sito ufficiale della regione Puglia "Emergenza *Xylella*".

Dal 2013 al marzo del 2018 si sono registrati 11 interventi della Regione Puglia che, a seguito dell'individuazione di nuovi focolai, ha progressivamente spostato verso Nord la linea di demarcazione con la zona indenne, come risulta dalla seguente cartina, che evidenzia anche la Piana degli olivi monumentali.



Una situazione più aggiornata della delimitazione delle zone in base agli attacchi di Xylella fastidiosa è riportata nelle cartine di cui all'allegato 1 del presente documento (da pagina 11 a pagina 16).

Ad oggi il sistema organizzativo degli interventi per il contrasto alla diffusione della malattia vede impegnati:

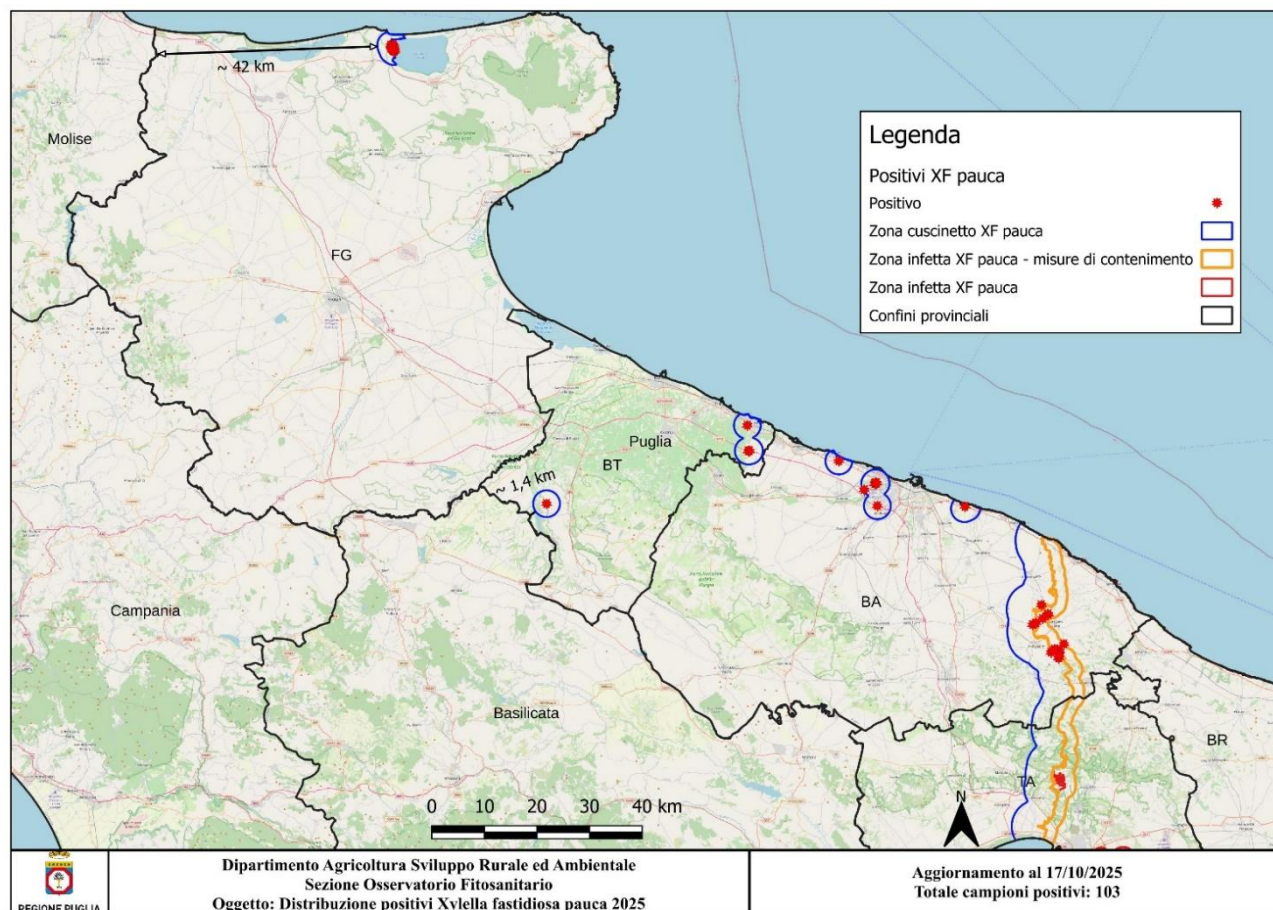
- a livello nazionale, il MASAF, con la gestione del Servizio fitosanitario centrale e coordinamento dei Servizi fitosanitari regionali, in linea con le disposizioni comunitarie;
- a livello regionale vi sono diversi soggetti attuatori, con ruoli e attività complementari, come descritto nella seguente tabella 1:

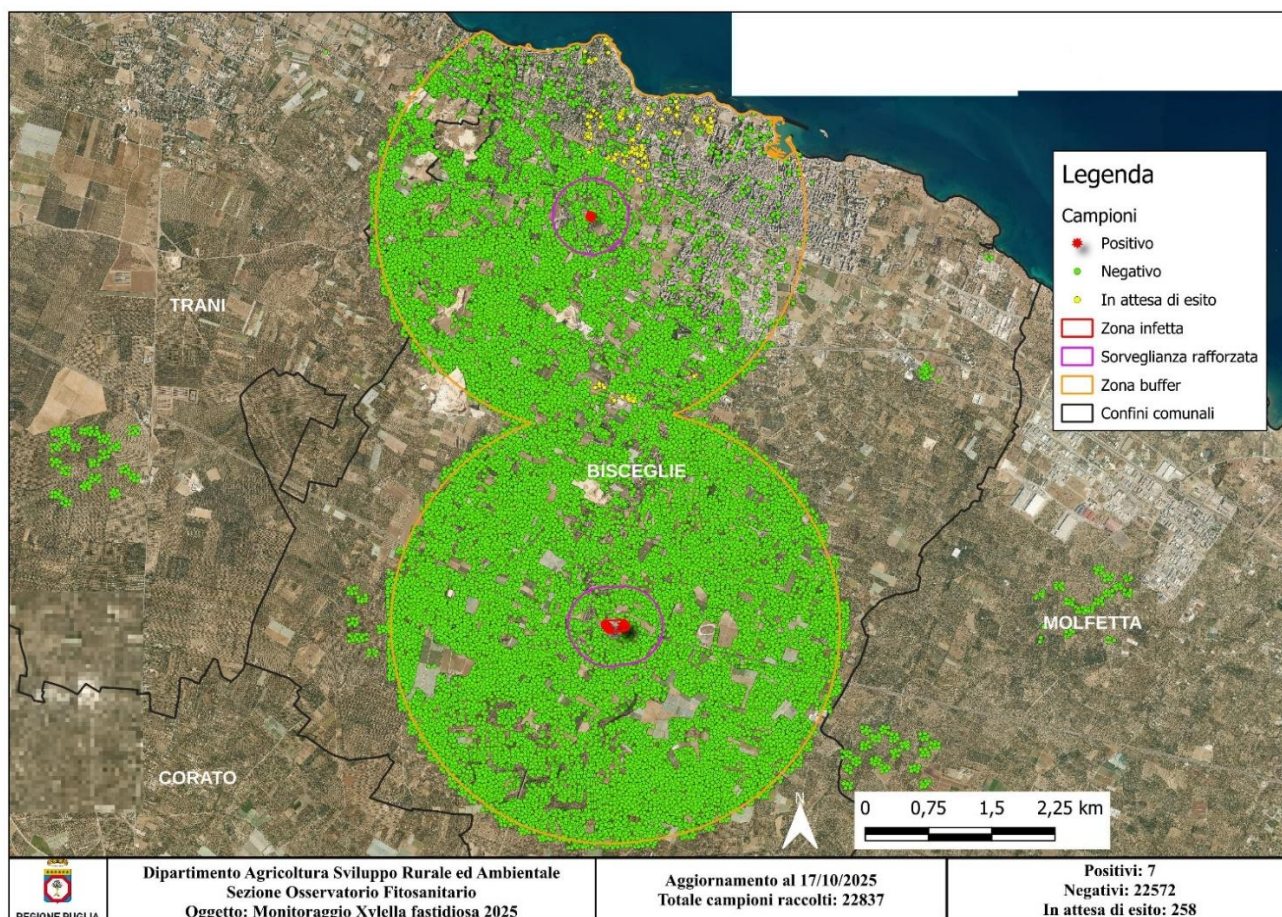
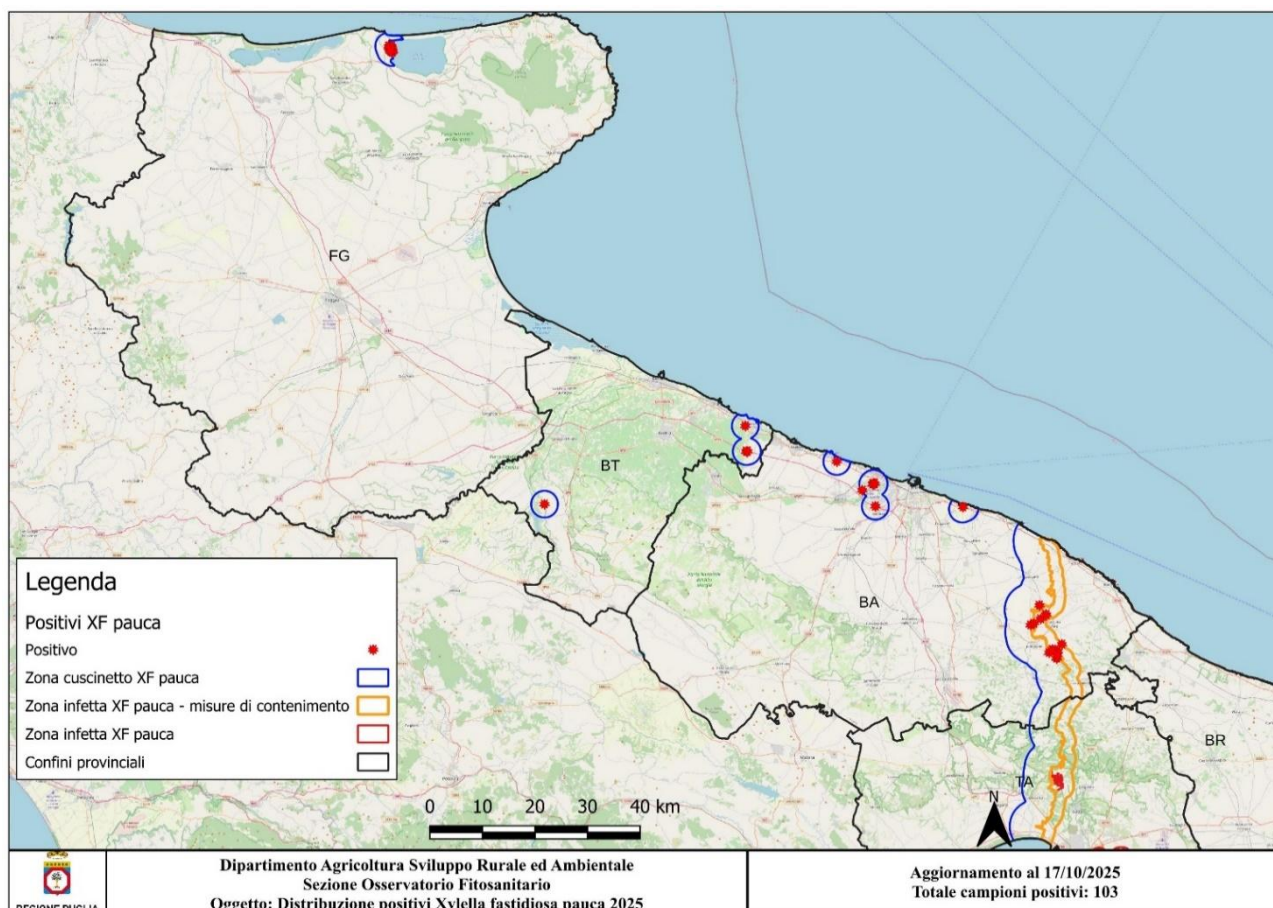
Tabella 1: Soggetti regionali coinvolti nel piano di contrasto alla diffusione della Xylella in Puglia

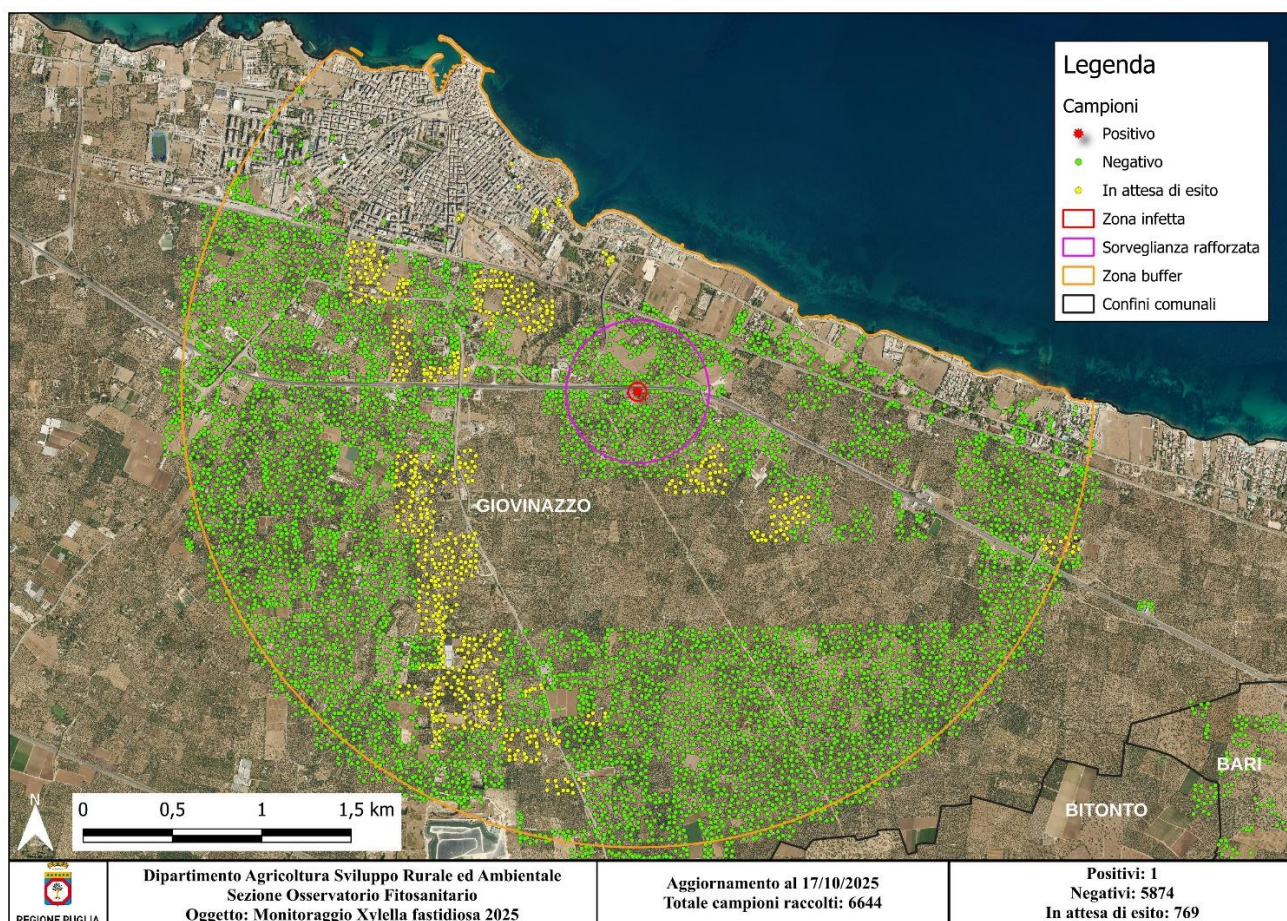
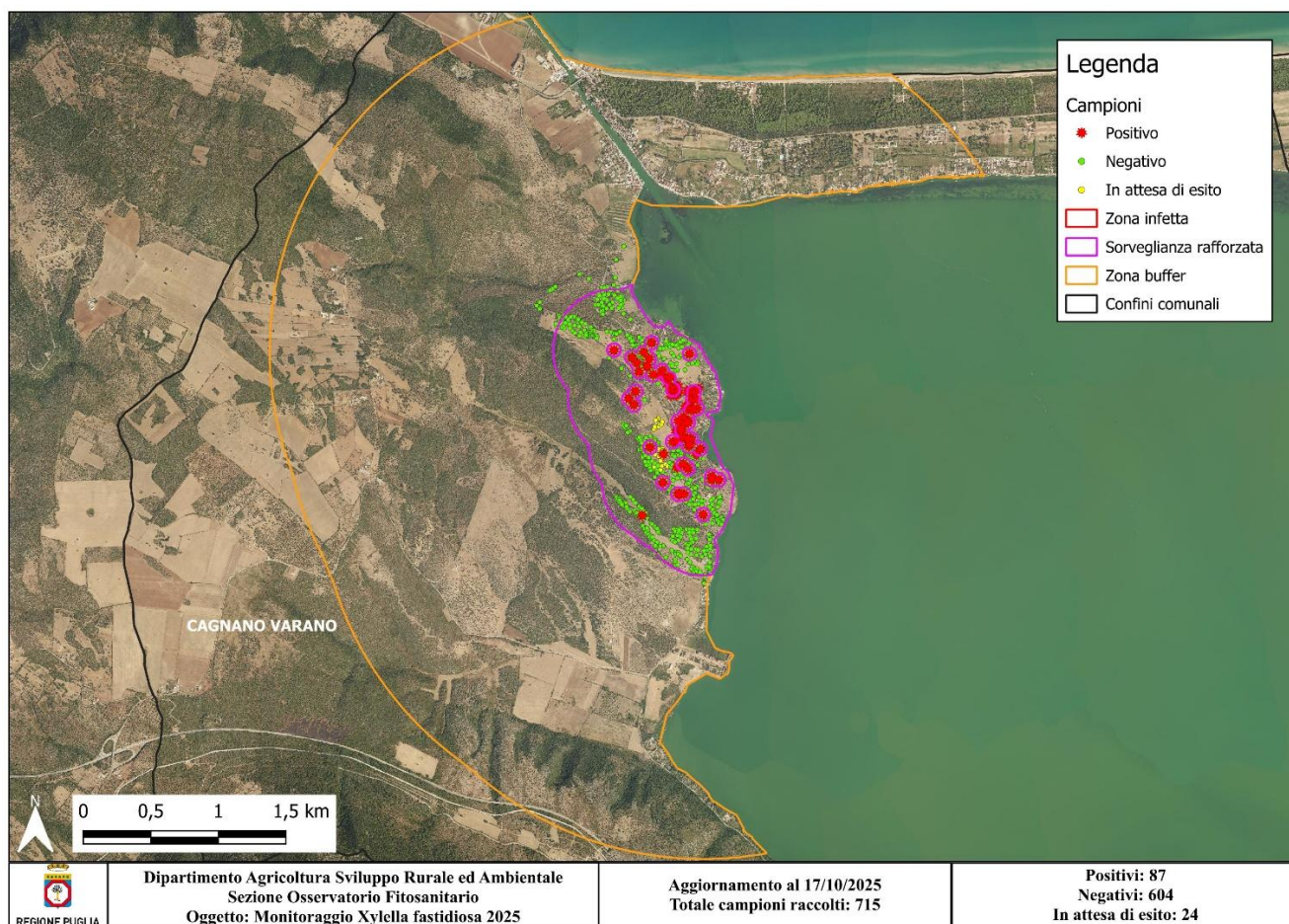
SOGGETTO ATTUATORE	RUOLO	ATTIVITÀ
Osservatorio fitosanitario Regione Puglia	Autorità responsabile	Coordinamento e controllo Ingiunzioni abbattimento Informazione, Elaborazione misure fitosanitarie Pianificazione e assegnazione delle risorse finanziarie
ARIF	Soggetto delegato	Monitoraggio Estirpazione coattiva

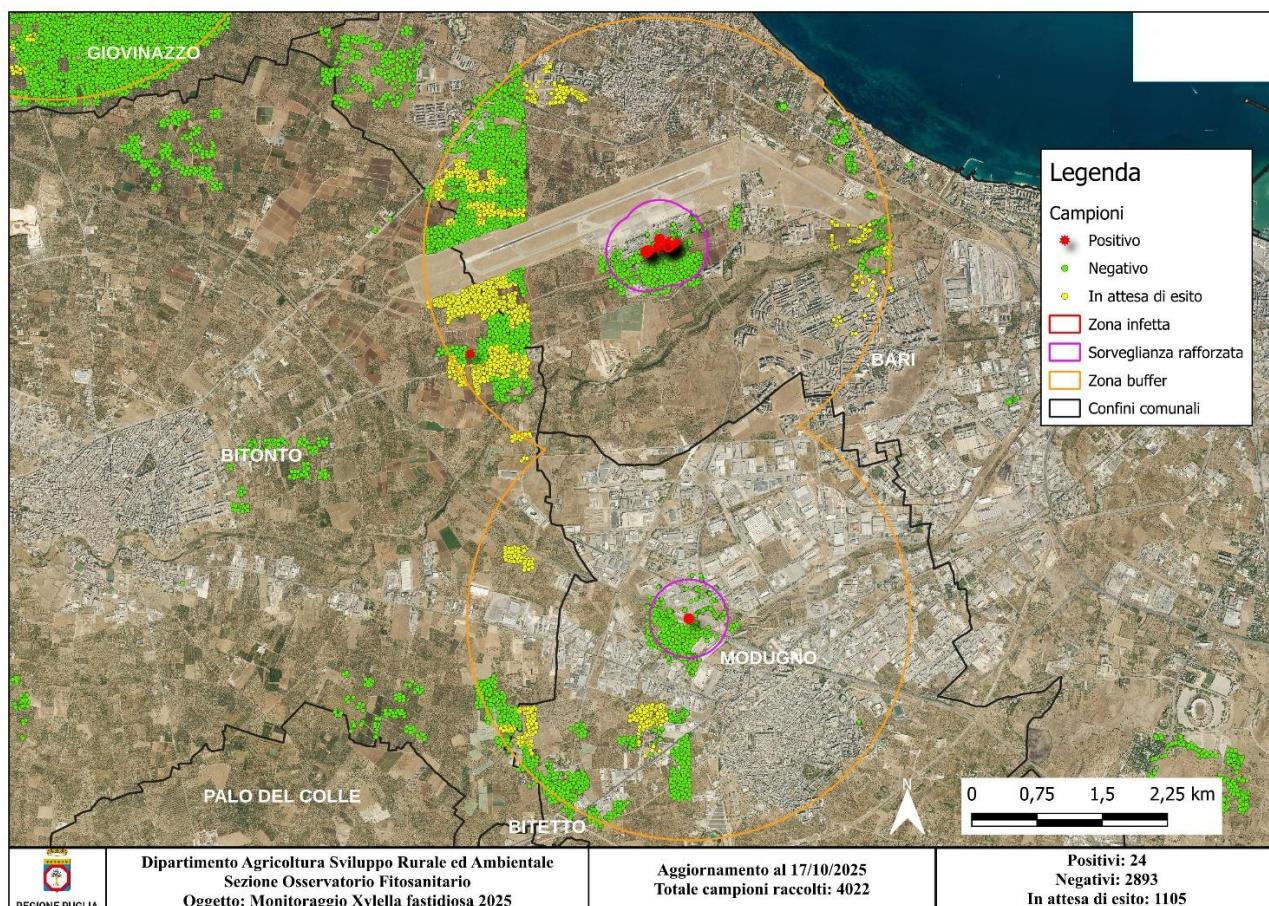
Laboratori accreditati	Soggetto incaricato	Analisi di laboratorio ELISA Analisi PCR per la conferma
Innovapuglia	Società in house della Regione Puglia	Elaborazione e rappresentazione grafica dei risultati del monitoraggio Gestione sito ufficiale Elaborazione e gestione software per la tracciabilità del settore vivaistico
Comando Regione Carabinieri Forestali Puglia	Soggetto incaricato	Controlli alla movimentazione Controlli sull'applicazione delle misure fitosanitarie

Fonte: Regione Puglia, Sezione Osservatorio Fitosanitario, giugno 2018









6.9 Promozione sui mercati

L'olio extravergine di oliva rappresenta **uno degli alimenti simbolo della tradizione italiana** e della dieta mediterranea, riconosciuta dall'UNESCO come patrimonio immateriale dell'umanità. È presente in ogni casa, in ogni ricetta, in ogni territorio, e rappresenta una fonte essenziale di **benessere e gusto**.

L'Italia è tra i principali produttori mondiali di olio, con una biodiversità unica al mondo: oltre 500 cultivar che danno origine a oli con caratteristiche organolettiche e nutrizionali molto diverse. Comunicare l'importanza dell'olio significa **valorizzare la cultura alimentare italiana** e sensibilizzare il consumatore moderno, sempre più attento alla salute, alla qualità e alla sostenibilità, ma anche al piacere del gusto e della scoperta di identità territoriali significative.

6.9.1 Obiettivo generale della Promozione

L'obiettivo generale degli interventi previsti è quello di favorire la **Promozione dell'olio extra vergine italiano EVO, delle sue caratteristiche regionali, delle peculiarità delle produzioni certificate (IG, Bio, ecc.)** e monovarietalì, migliorando allo stesso tempo la competitività e la redditività del settore medesimo. Una strategia di comunicazione efficace dovrebbe, tra i vari aspetti,

mettere al centro l'acquirente consapevole, l'identità del territorio e il valore culturale e nutrizionale dell'olio italiano.

6.9.2 Fabbisogni in termini di promozione dell'olio EVO italiano

Di seguito si riportano i fabbisogni in termini di promozione dell'olio EVO italiano:

1. **Olio e informazione consapevole: proprietà e origine**

C'è un forte bisogno di aumentare la consapevolezza del consumatore sulle caratteristiche, soprattutto organolettiche, dell'olio extravergine di oliva (EVO), in particolare sulle diverse varietà italiane, l'origine geografica, i metodi di produzione e le certificazioni di qualità (DOP, IGP, biologico). Occorre favorire una cultura dell'olio basata su conoscenza, trasparenza e autenticità.

2. **Olio non solo come ingrediente, ma come alimento con una sua identità e valore nutrizionale e salutistico**

L'olio EVO deve essere comunicato come alimento a sé stante, con una sua personalità sensoriale e nutrizionale, e non solo come semplice condimento. Valorizzare l'olio come elemento centrale della dieta mediterranea, ricco di benefici per la salute, ma anche capace di caratterizzare in modo distintivo ogni piatto, non solo della tradizione culinaria regionale e italiana in genere.

3. **Olio e nuove generazioni**

È fondamentale avvicinare le nuove generazioni – dai bambini, agli adolescenti e ai giovani in genere – al gusto e alla qualità dell'olio EVO. Si propone l'inserimento di percorsi formativi e attività esperienziali, sia in ambito scolastico che universitario, nello sport, ecc., per favorire la conoscenza e l'apprezzamento dell'olio sin dalla giovane età.

4. **Olio e promozione mirata**

È più che opportuna una strategia di promozione efficace e targettizzata. Occorre individuare i pubblici prioritari (es. Famiglie? Giovani? Sportivi? Professionisti della ristorazione?) Identificare i segmenti chiave a cui rivolgersi e costruire messaggi ad-hoc, che parlino linguaggi specifici, anche attraverso canali digitali e *storytelling* coinvolgenti.

5. **Olio e ristorazione**

Collaborare con il mondo della ristorazione (e HoReCa in genere), per valorizzare l'uso consapevole dell'olio EVO italiano in cucina e a tavola. È importante anche formare gli operatori

della ristorazione (chef, camerieri, sommelier), affinché diventino ambasciatori dell'olio di qualità, capaci di trasmetterne il valore al cliente finale (es. la Carta degli oli, ecc.).

6. Olio e grande distribuzione organizzata (GDO)

Rafforzare la presenza dell'olio di qualità sugli scaffali della GDO, con una forte distintività per i prodotti locali, degli oli varietali, gli oli DOP/IGP, Bio, ecc., migliorando visibilità, comunicazione e informazione al consumatore. Importante anche sensibilizzare i buyer e promuovere il valore aggiunto degli oli certificati e provenienti da Accordi di filiera.

7. Governance e coordinamento: riconoscere un ruolo attivo delle Regioni nella definizione e attuazione delle strategie promozionali, garantendo un'integrazione tra le campagne nazionali (curate dai Ministeri, da ICE, Assocamere Estero, ecc.) e quelle territoriali (molte delle quali operate direttamente dai Consorzi di tutela DO/IG), per evitare sovrapposizioni e massimizzarne l'efficacia.

8. Dimensione internazionale: sviluppare campagne Paese mirate ai mercati esteri, integrando strumenti nazionali (ICE, Assocamere Estero, "Cucina Italiana nel mondo") con programmi regionali già operativi. Le Regioni propongono di accompagnare le imprese e i consorzi DOP/IGP in fiere ed eventi internazionali, anche attraverso piattaforme digitali di *matchmaking* tra aziende e buyer, replicando esperienze di successo come il "BuyFood Toscana" (<https://www.buyfoodtoscana.it>).

9. Comunicazione digitale e innovazione: rafforzare la presenza delle produzioni EVO Italiane e territoriali sulle piattaforme online con strumenti di tracciabilità (QR code, *blockchain*), campagne di *influencer marketing*, contenuti multilingue, applicazioni e piattaforme interattive, che guidino il consumatore nella scelta dell'olio giusto, in base a gusto e abbinamenti gastronomici.

10. Educazione e formazione: sviluppare programmi strutturati nelle scuole, dalle primarie alle secondarie, con percorsi esperienziali, kit didattici e gemellaggi con frantoi. Al tempo stesso, coinvolgere la ristorazione e il canale HoReCa, formando operatori (cuochi, chef, maitre di sala, ecc.) che possano diventare ambasciatori dell'olio EVO di qualità (es. progetto "Vetrina Toscana" <https://www.vetrina.toscana.it>).

11. Turismo enogastronomico e oleo turismo: rafforzare il legame tra olio e turismo, integrando percorsi oleo turistici con le reti del turismo regionale e nazionale. Le Regioni sottolineano il valore di esperienze immersive che uniscono olio, cultura e benessere, in linea con le migliori pratiche europee (ad es. Andalusia).

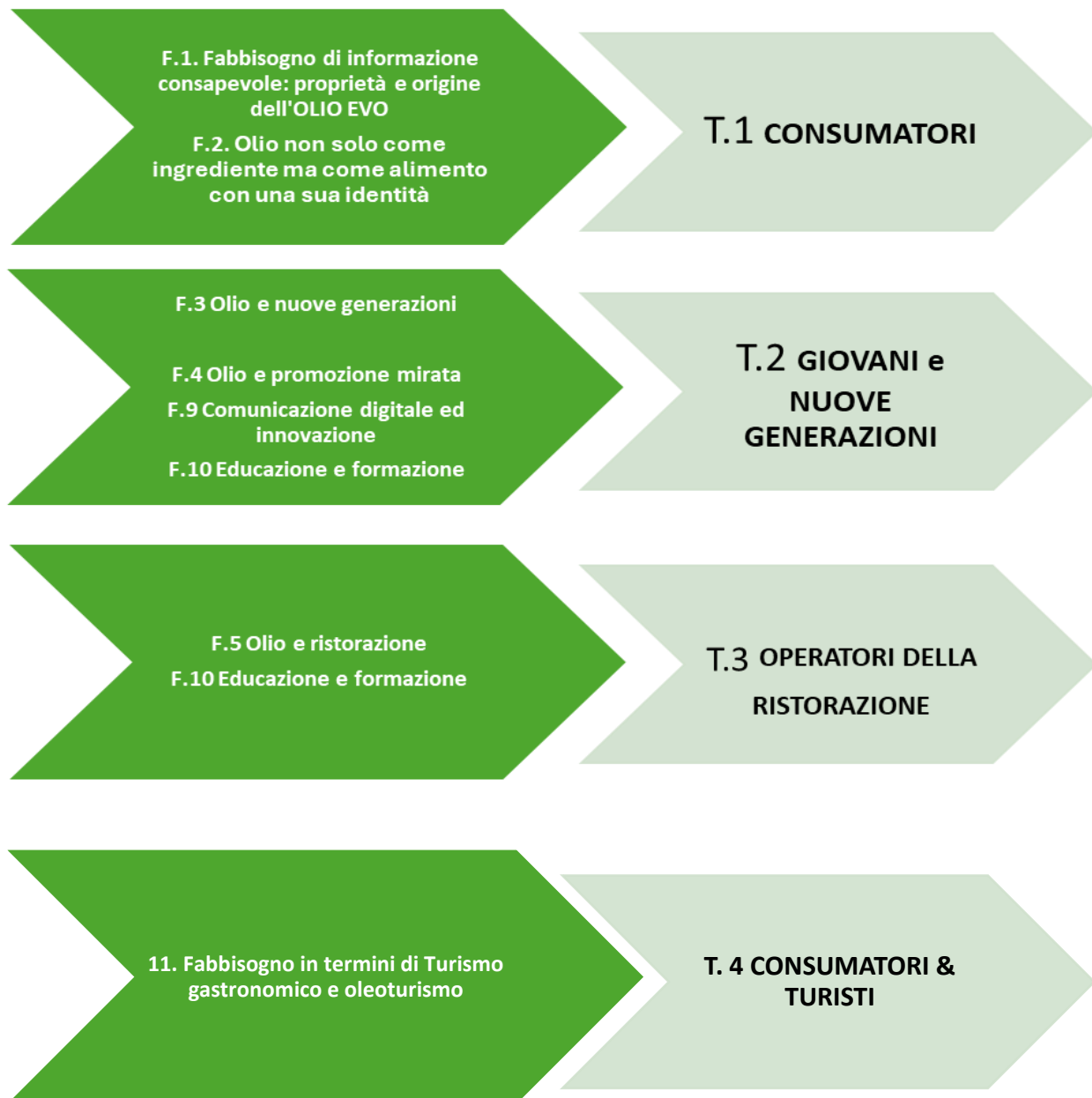
12. Sostenibilità e valore: comunicare in modo chiaro che il prezzo dell'olio EVO italiano non è un "costo", ma un "valore", frutto di pratiche sostenibili, rispetto ambientale e qualità certificata. Questo

messaggio deve essere reso comprensibile e *smart*, anche attraverso il coinvolgimento di testimonial del mondo dello sport e della cucina di eccellenza.

13. **Strumenti concreti di promozione:** utilizzare in sinergia risorse nazionali, regionali e comunitarie (ad es. CSR 23-27, misura SRG10), sviluppare campagne coordinate con ISMEA e ICE, promuovere selezioni nazionali degli oli sul modello delle selezioni regionali già esistenti, per dare visibilità alle migliori produzioni.

6.9.3 Obiettivi specifici della Promozione

I fabbisogni prioritari sono trasformati in obiettivi specifici (T-target):



Target specifici:

A partire dai fabbisogni delineati precedentemente, in considerazione delle peculiarità del settore e nell'ambito dell'obiettivo generale, sono stati individuati i seguenti obiettivi specifici (target):

T.1: Eventi nell'ambito della campagna di comunicazione sul settore olivicolo-oleario. Esigenza di promuovere una maggiore conoscenza, presso il pubblico italiano, della grande varietà di extravergine di qualità presenti nel nostro Paese e delle oltre 500 cultivar, che danno vita a un patrimonio di gusto e cultura unico e inimitabile, estremamente vario, plurale, caratteristico.

Spot promozionali, brochure, webserie, con testimonial, sulle caratteristiche dell'olio EVO italiano.

T.2: Investire sull'educazione delle nuove generazioni. La conoscenza dell'olio extravergine deve essere trasmessa sin dall'età scolare attraverso percorsi didattici, attività esperienziali e progetti che favoriscano una cultura alimentare sana, capace di contrastare il consumo di prodotti ultraprocessati. Per raggiungere efficacemente i giovani sarà necessario ricorrere a strumenti e linguaggi a loro vicini, facendo leva sia sulla scuola che sui canali digitali, con il supporto di testimonial e con tecniche di comunicazione moderni ed efficaci. **Educazione alimentare con iniziative mirate presso le scuole/società e federazioni sportive.**

T.3: Settore della ristorazione. Particolare attenzione deve essere riservata al settore della ristorazione e dell'accoglienza. Gli operatori del canale HORECA - chef, camerieri, sommelier – devono essere **adeguatamente formati affinché diventino ambasciatori dell'olio extravergine di oliva**, in grado di trasmetterne il valore ai consumatori finali. Attraverso corsi specifici di degustazione e abbinamento, in cucina e in sala, nonché mediante una presentazione curata del prodotto - abbandonando definitivamente l'uso delle oliere e **valorizzando bottiglie e packaging** - sarà possibile rafforzare la percezione del pregio e accrescere la disponibilità dei consumatori a riconoscere il giusto valore (e quindi il prezzo). In questo contesto, la promozione degli oli DOP e IGP e monovarietali legati ai territori di produzione, rappresenta un **importante elemento distintivo. Iniziative mirate per il settore della ristorazione.**

T.4: Turismo enogastronomico e oleo turismo: rafforzare il legame tra olio e turismo, integrando percorsi oleo turistici con le reti del turismo regionale e nazionale. Si sottolinea il valore di esperienze immersive che uniscono olio, cultura e benessere, in linea con le migliori pratiche europee.

Nello specifico, a partire dai target, sono individuate le seguenti azioni:

L'Oro Verde d'Italia – Promozione e Educazione all'Olio Extravergine di Oliva Italiano.

A.1 Campagna di comunicazione Nazionale ed Estera:

- a. Pubblicazione e sponsorizzazione di un video spot per la valorizzazione dell'olio extravergine di oliva italiano
- b. Progettazione, realizzazione e pubblicazione di post sui canali social network per l'uso in cucina e gastronomico dell'olio extravergine di oliva italiano
- c. Diritti di riprogrammazione di spot già realizzati
- d. Campagne promozionale rivolta al mercato dei Paesi terzi

A.2 Educazione Alimentare:

- a. Moduli di educazione Alimentare presso le scuole elementari
- b. Moduli di educazione Alimentare presso le scuole medie
- c. Moduli per Istituti professionali Alberghieri (anno 4° e 5°)
- d. Moduli per Federazioni e Associazioni Sportive

A.3 Settore della ristorazione:

- a. Dotto e Ghiotto: Iniziative formative e divulgative presso ristoranti in tema "olio EVO e sue peculiarità regionali"

A.4 Oleo turismo:

Creazione e integrazione di percorsi oleo turistici. Esperienze immersive e laboratori del gusto.

Azioni:

- a. Creazione di itinerari tematici (es. "La via dell'olio e del benessere", "Frantoi aperti tutto l'anno") integrati con percorsi enogastronomici, naturalistici o culturali.
- b. Integrazione con reti esistenti (Cammini, Strade del Vino, Borghi più belli d'Italia, Distretti del cibo).
- c. Mappatura dei frantoi, produttori, musei dell'olio, uliveti storici e borghi rurali.
- d. Organizzare degustazioni esperienziali e corsi brevi per turisti (come riconoscere un olio EVO di qualità e olive da mensa).
- e. Attivare laboratori sensoriali nei frantoi o musei dell'olio con storytelling e tradizione locale.

A.5 - Comunicazione Digitale e Innovazione

Al fine di rafforzare la presenza online dell'olio extravergine di oliva italiano, si introduce una specifica linea di azione dedicata alla comunicazione digitale. Le attività previste includono: sviluppo della piattaforma interattiva 'Oro Verde d'Italia' con QR code di tracciabilità; campagne social multilingue (ITA/ENG/CHN) con Ambassador e influencer del mondo food; produzione di video

brevi e storytelling territoriali; e realizzazione di un hub digitale per buyer e giornalisti specializzati. Questa azione integra le linee A.1 e A.4, puntando su innovazione e attrattività verso i mercati esteri. Le azioni, ove possibile, sono estese anche alle olive da mensa.

Le azioni sopra riportate sono implementabili, anche su base pluriennale, in base alla durata del **Piano Olivicolo Italiano (anni 2025-2030)** secondo uno specifico cronoprogramma. La campagna di comunicazione rivolta all'estero, se attivata, rappresenta una azione specifica della campagna di comunicazione (A.1).

Risultati attesi al 2030

- Incremento della notorietà dell'olio "Olio EVO Italiano" e sue peculiarità territoriali
- Aumento dei flussi turistici nei distretti olivicoli e percorsi oleo turistici
- >2.500 studenti coinvolti in attività educative
- 500 ristoratori formati e aderenti alla rete "Olio EVO Italiano in Tavola"
- 1 rete nazionale di oleo turismo digitalizzato, anche con utilizzo di QR code

7 RIEPILOGO PRIORITA'

A partire dalle azioni del presente Piano, sono individuate le seguenti **priorità** :

1. Aumento della produzione nazionale di olio EVO (+25%)

Trattasi dell'azione cardine del Piano. Attraverso nuovi impianti, il reimpianto degli oliveti tradizionali e l'utilizzo di impianti di irrigazione, il Piano si prefigge l'aumento della quantità prodotta, la stabilità produttiva e la redditività della produzione.

2. Programma nazionale di ricerca applicata all'olivicoltura e *precision farming*

Nell'ambito della ricerca scientifica, decisiva per affrontare le criticità legate alla vulnerabilità fitosanitaria, molto importante è la ricerca di cultivar resistenti o tolleranti alla *Xylella fastidiosa*. Inoltre, anche la resilienza climatica richiede un impegno di innovazione, da sviluppare nelle direttrici dell'agricoltura di precisione (*precision farming*), della gestione sostenibile degli oliveti tradizionali, dell'adattamento ai cambiamenti climatici e del miglioramento della produttività.

3. Riduzione dei costi di produzione

Il contenimento dei costi di produzione rappresenta un aspetto importante per la competitività delle aziende del settore. Tra le direttrici individuate dal Piano, in questa sede è corretto menzionare anzitutto la formazione di circa 4.550 operai specializzati per le operazioni di potatura, raccolta e moderna gestione dell'oliveto, nonché l'adozione dei sistemi DSS (*Decision support System*) per ottimizzare l'irrigazione e le fasi di concimazione e raccolta. Inoltre, va rafforzato il ruolo dei frantoi oleari come infrastruttura produttiva, tecnologica e territoriale della filiera olivicola nazionale, promuovendo l'innovazione, la sostenibilità e la valorizzazione dei sottoprodotti in una prospettiva di economia circolare. Nel piano si prevede, altresì, la costituzione di un Osservatorio dei costi di produzione e dei prezzi di mercato, per una costante e aggiornata analisi del settore.

4. Piano strutturale di ricostruzione delle aree colpite dalla *Xylella fastidiosa*

La *Xylella fastidiosa* costituisce una emergenza fitosanitaria, economica e territoriale. Le azioni prioritarie indicate nel Piano includono la diagnosi precoce, il monitoraggio continuo, la lotta ai vettori e l'eradicazione rapida. È inoltre centrale la ricostruzione produttiva mediante reimpianti con varietà resistenti.

5. Riforma e rafforzamento delle OP/AOP e O.I. unica

Il Piano riconosce che la frammentazione dell'offerta rappresenta una delle principali debolezze del settore. In questa prospettiva, il rafforzamento delle OP è considerato *step* essenziale per migliorare il potere contrattuale degli operatori, ridurre i costi, programmare la produzione e sostenere la qualità. Il target del 50% (Obiettivo: concentrare almeno il 50% della produzione nazionale tramite OP/AOP) costituisce un importante obiettivo strategico. È un'esigenza della filiera, inoltre, quella di procedere al riconoscimento di un'Organizzazione interprofessionale (*ex art. 157 del Reg. UE n. 1308/2013*), quale piattaforma naturale di discussione tra gli attori della filiera.

6. Registro unico europeo di tracciabilità e sistemi di analisi innovativi

La tracciabilità è la base per tutelare il valore dell'olio d'oliva 100% italiano. Alla luce di questa constatazione, nel Piano si afferma che un registro unico europeo, supportato da analisi isotopiche/DNA e chimiche avanzate, rafforzerebbe i controlli e aumenterebbe la fiducia dei consumatori.

7. Rafforzamento del vivaismo certificato e marchio QVI - Qualità Vivaistica Italia

La disponibilità di materiale vegetale certificato è cruciale per i nuovi impianti, per i reimpianti post-*Xylella* e per il miglioramento genetico. In questa prospettiva, l'uso del marchio QVI può garantire migliori standard di sanità, tracciabilità e qualità del processo produttivo.

8. Campagna nazionale integrata “L'Oro Verde d'Italia – Promozione e Educazione all'Olio Extravergine di Oliva Italiano”

La promozione è una leva strategica per sostenere prezzi, redditività e reputazione. Attraverso una campagna coordinata e multicanale è possibile rafforzare l'identità dell'olio EVO italiano come alimento di valore culturale, nutrizionale e territoriale.

9. Educazione alimentare nelle scuole e settore della ristorazione come moltiplicatori di valore

Scuole, sport e ristorazione sono i principali vettori di cambiamento culturale. Educare le nuove generazioni e formare gli operatori HoReCa consentirà di creare ambasciatori dell'olio EVO, aumenterà la disponibilità a riconoscerne il valore e consoliderà la domanda nel lungo periodo.

10. Tutela del mercato interno, concorrenza leale e rafforzamento dei controlli

Il Piano, inoltre, si prefigge di rafforzare la tutela del mercato interno dell'olio EVO e delle olive da mensa, di promuovere la diversificazione a livello qualitativo degli EVO, di contrastare le pratiche commerciali sleali, le frodi e le distorsioni della concorrenza, a tutela della redditività delle imprese e del valore del *Made in Italy*.

8 ALLEGATO 1 - Quadro normativo di riferimento

Legislazione dell'Unione europea, nazionale e regionale riguardante l'olivicoltura, l'olio di oliva e le olive da tavola.

Prima di descrivere le norme riguardanti l'olivicoltura e il settore dell'olio di oliva e delle olive da tavola e suddividerle in base agli organi di emanazione (Regolamenti UE, norme statali e norme regionali), si vuole affrontare un aspetto specifico che è l'insieme delle norme che regolano l'estirpazione degli alberi di ulivo in Italia. Sono norme tipiche dello Stato italiano e non sono di derivazione UE.

Normativa italiana sull'abbattimento e l'estirpazione degli olivi:

A partire dall'inizio del '900 ad oggi la normativa sull'estirpazione degli ulivi comprende tre livelli di disciplina: agrario, paesaggistico ed ambientale/monumentale.

Volendo fare un sintetico excursus dell'argomento, elenchiamo le principali norme emanate dallo Stato italiano:

- il decreto luogotenenziale n. 1117, del 26 luglio 1916, vietava l'abbattimento e l'estirpazione di olivi e viti senza preventiva autorizzazione del prefetto. L'olivo era riconosciuto come bene strategico, la cui lenta crescita imponeva una tutela particolare.
- i successivi interventi legislativi fino al 1955 (D.Lgt. n. 1490/1919, il D.Lgt. 21 giugno 1945, n. 377, il D.lgs. Capo provvisorio dello Stato 30 dicembre 1947, n. 1523, e infine la legge 29 maggio 1955, n. 463), ribadiscono il concetto della citata prima legge del 1916.
- la Legge n. 463/1955, emanata dopo la legge costituzionale italiana, ha rappresentato una sintesi organica dei precedenti provvedimenti, confermando l'obbligo autorizzativo e rafforzando il controllo pubblico sulla finalità agricola, paesaggistica e ambientale dell'ulivo e di conseguenza dell'oliveto.

Le norme statali non sono più in vigore in forma autonoma, ma sono state integrate nelle normative regionali, costituendo il fondamento storico della tutela degli olivi, anche in assenza di un vincolo paesaggistico o ambientale.

A partire dagli anni '70 e '80, con la regionalizzazione dell'agricoltura e del paesaggio, molte Regioni hanno adottato norme proprie, a cui si aggiungono le prescrizioni della Politica Agricola Comune (PAC) e della politica di Sviluppo Rurale (PSR) e (CSR dal 2023).

L'olivo nel Codice civile e nella legislazione agraria

Secondo l'art. 2135 del Codice civile, l'olivo rientra tra i beni strumentali dell'impresa agricola. La proprietà privata (art. 832 c.c.) può essere superata da norme speciali ogni qualvolta esistano interessi generali o pubblici prevalenti, come la tutela ambientale o paesaggistica o come la tutela dell'interesse collettivo. In quest'ultimo senso, la giurisprudenza ha legittimato limiti significativi alla libertà del coltivatore quando l'interesse collettivo lo richiede. In base a questo principio la regione Puglia, dopo l'epidemia provocata dal batterio *Xylella f.* all'olivicoltura del Salento, ha emanato delle leggi apposite per consentire l'estirpazione degli ulivi malati.

In senso opposto ma di uguale principio di salvaguardia dell'interesse pubblico è, tra le sentenze di rilievo, quella del Consiglio di Stato (sez. VI, 24 aprile 2012, n. 2435), che ha confermato la legittimità del diniego all'estirpazione di un oliveto in area sottoposta a vincolo paesaggistico, pur in presenza di un piano aziendale. L'interesse collettivo (paesaggio) è prevalso su quello privato (piano aziendale).

La Legge Galasso (L. 431/1985)

La Legge Galasso ha introdotto la nozione di “paesaggio agrario tradizionale” e ha previsto l'obbligo di autorizzazione paesaggistica per qualsiasi modifica rilevante in aree collinari, costiere e di pregio paesaggistico. In particolare, l'oliveto è diventato un elemento del paesaggio tutelato, e le Regioni sono state incaricate di redigere Piani Paesaggistici Regionali (PPR). Il dibattito parlamentare che ha preceduto l'approvazione della legge nel resoconto stenografico della seduta n. 676 del 13 giugno 1985 della Camera dei deputati si “evidenzia come l'olivo fosse percepito non solo come coltura ma come segno culturale e identitario del territorio”.

Il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio (D.lgs. 42/2004)

Con il D.lgs. 42/2004 la tutela si consolida: gli articoli 131-146 disciplinano l'autorizzazione paesaggistica e l'art. 142, lett. h) tutela ex lege anche i paesaggi agrari tradizionali con colture permanenti, tra cui gli oliveti. L'autorizzazione paesaggistica (art. 146) è oggi obbligatoria per qualsiasi abbattimento in area vincolata, anche se l'olivo è malato o improduttivo. Serve una relazione firmata da un tecnico abilitato ad indirizzo agronomico o forestale (causa di forza maggiore), ma a volte non basta.

Piani paesaggistici regionali e vincoli locali

Le Regioni hanno declinato il principio della tutela con livelli di dettaglio differenti. I Piani Paesaggistici Regionali possono prevedere vincoli su oliveti storici, terrazzamenti, muretti a secco, obblighi di reintegro in caso di estirpazione e valutazioni agronomico-paesaggistiche anche in assenza di vincolo puntuale.

Eccezioni sanitarie: il caso *Xylella*

L'epidemia di *Xylella fastidiosa* ha richiesto interventi d'urgenza: il DL 91/2014 e il DL 51/2015 hanno autorizzato l'abbattimento obbligatorio, anche in area vincolata. È comunque necessaria una documentazione tecnica che dimostri la pericolosità fitosanitaria e la comunicazione agli organi competenti (Soprintendenze, Comuni, ecc.). In merito, si segnala la sentenza TAR Lecce, Sez. I, 2 aprile 2019, n. 578, che ha ritenuto legittima l'ordinanza di abbattimento obbligatorio, anche a fronte di un parere paesaggistico contrario, richiamando il principio della prevalenza della salute pubblica e della tutela fitosanitaria.

Gli alberi monumentali

Con la Legge 10/2013 e il DM 10 novembre 2021 è stato creato l'Elenco nazionale degli alberi monumentali. Molti olivi plurisecolari sono inclusi, specialmente in Puglia, Toscana, Umbria, Sardegna. Su tali esemplari ogni intervento è subordinato ad autorizzazione comunale e regionale, e il vincolo è spesso assoluto.

Conclusioni sulle norme di estirpazione dell'ulivo

Attualmente l'intervento su oliveti può cadere sotto tre livelli di disciplina:

1. agrario, secondo il Codice civile, la PAC e i regolamenti UE, l'intervento è generalmente libero salvo vincoli.
2. paesaggistico, secondo il D.lgs. 42/2004, la Legge Galasso e i Piani paesaggistici regionali, è richiesta autorizzazione.
3. ambito ambientale o monumentale, secondo la Legge 10/2013 e il DM 10 novembre 2021, possono valere vincoli assoluti o regimi autorizzativi molto stringenti.

Nel panorama agricolo nazionale, dunque, l'olivo rappresenta un caso quasi unico per l'intensità dei vincoli normativi; nessun'altra coltura arborea, fatta eccezione per alcune aree vitate storiche come quelle del Prosecco DOCG, soggette a Piani Paesaggistici Specifici, è sottoposta a una disciplina tanto articolata.

La giurisprudenza ha spesso ammesso il rischio di eccesso di vincolo, ad esempio la sentenza del Consiglio di Stato n. 1556/2016 ha osservato come “la tutela paesaggistica non possa spingersi fino al punto di annullare ogni facoltà di gestione del bene da parte del proprietario”, richiedendo un bilanciamento più attento tra interessi pubblici e diritti economici dell'imprenditore.

Dopo questa analisi riguardante la normativa sull'estirpazione dell'ulivo che fa riferimento a norme stratificate su vari livelli temporali e territoriali, è fondamentale produrre il seguente quadro sinottico,

dove si riporta nella prima colonna la regione di riferimento, nella seconda la legge regionale e nella terza la sintesi della norma regionale:

REGIONE	NORMA REGIONALE	SINTESI DELLA NORMA
ABRUZZO	L.R. 20 maggio 2008, n. 6; L.R. 9 luglio 2020, n. 17	Disposizioni in materia di tutela delle piante di olivo adulte ai fini della loro classificazione, recupero e cessione Disciplina concernente l'abbattimento e l'espianto di alberi d'olivo
BASILICATA	Legge Regionale 6 agosto 2015, n. 24.	Disciplina concernente la tutela, la valorizzazione e la promozione dell'olivicoltura e norme per l'abbattimento e l'estirpazione di alberi di olivo
CALABRIA	Legge regionale 30 ottobre 2012, n. 48	Tutela e valorizzazione del patrimonio olivicolo della Regione Calabria.
CAMPANIA	Non ha disciplinato l'estirpazione degli oliveti	Si applica la legge dello Stato
EMILIA ROMAGNA	Non ha disciplinato l'estirpazione degli oliveti	Si applica la legge dello Stato
FRIULI V.G	Non ha disciplinato l'estirpazione degli oliveti	Si applica la legge dello Stato
LAZIO	L.R. 13 febbraio 2009, n. 1 Disposizioni urgenti in materia di agricoltura – art.3	Art. 3 (Disciplina dell'abbattimento e dell'espianto degli alberi di olivo)
LIGURIA	L.R. 15 dicembre 1993, n. 60.	Interventi straordinari per lo sviluppo dell'olivicoltura e disciplina dell'abbattimento di alberi di olivo.

LOMBARDIA	Non ha disciplinato	Si applica la legge dello Stato
MARCHE	Delibera regionale 3958/1977	Divieto di abbattimento di alberi di olivo
MOLISE	Non ha normato	Si applica la legge dello Stato, Legge 14/02/1951 n. 144
PIEMONTE	Non ha disciplinato l'estirpazione degli oliveti	Si applica la legge dello Stato
PUGLIA	Legge regionale 4 giugno 2007, n. 14 In Puglia dopo l'epidemia della Xylella f. la normativa regionale è stata continuamente adattata alla particolar situazione.	Tutela e valorizzazione del paesaggio degli ulivi monumentali della Puglia. Linee guida relative alle modalità di espianto, trasporto e reimpianto di ulivi monumentali.
SARDEGNA	Legge regionale 12 giugno 2006, n. 9	Conferimento di funzioni e compiti agli enti locali", art. 35, comma 1, lettera b) espianto di piante di olivo. Direttive di attuazione.
SICILIA	Non ha legiferato	Si applica la legge dello Stato
TOSCANA	Legge Regionale 08 marzo 2000, n. 23 – articolo 28	Art. 28 Abbattimento alberi di olivo Autorizzazione regionale
TRENTINO.	Non ha legiferato in materia	Si applica la legge dello Stato
UMBRIA	Legge regionale n. 1/2025	Testo unico governo del territorio e materie correlate", la quale all'art. 94 "Oliveti" stabilisce le disposizioni regionali per l'autorizzazione all'espianto degli olivi

VENETO	Legge regionale 11 febbraio 2011, n. 6	Disciplina regionale concernente l'abbattimento di ulivi

Per gli altri aspetti della materia sull'olivicoltura, sull'olio di oliva e sulle olive da tavola, la normativa è principalmente emanata dagli organi dell'Unione Europea (regolamenti, direttive e decisioni), e conseguenti leggi nazionali e regionali di applicazione delle norme UE.

NORMATIVA UE

- Regolamento (UE) 1308/2013 e ss.mm.ii. recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli (OCM), regola anche la commercializzazione dei prodotti dell'olivo, principalmente olio, e detta principi sulla concentrazione dell'offerta, sull'organizzazione dei produttori, sulle classificazioni commerciali dell'olio, ecc.

È un regolamento quadro più volte modificato ed integrato che riguarda l'OCM di tutti i principali prodotti agricoli e quindi anche delle olive, dell'olio, delle olive da tavola, dei sottoprodotti, e comunque tutti i prodotti del settore olivicolo oleario.

- Regolamento (UE) 2022/2104 è un regolamento delegato della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento e del Consiglio riguarda le norme di commercializzazione dell'olio di oliva. Le norme di commercializzazione e le caratteristiche di purezza dell'olio di oliva e di sansa sono regolati da questa norma a cui tutti gli Stati debbono attenersi.
- Regolamento (UE) 2022/2105 è un regolamento di esecuzione della Commissione per i metodi di analisi e i controlli di conformità per l'olio di oliva. Riguarda specificatamente l'olio di oliva, i metodi di analisi chimica e sensoriale e i controlli che gli Stati sono chiamati a fare per il controllo della categoria.
- Regolamento (UE) 1151/2012 modificato dal Regolamento (UE) 1143/2024 in merito alle disposizioni sui sistemi di qualità (DOP, IGP). Trasversalmente interessa anche l'olio d'oliva e le olive da tavola. Per quanto riguarda l'olio EVO abbiamo 42 DOP e 8 IGP, mentre per le olive da tavola 4 DOP e 1 IGP.

- Regolamento (UE) n. 2021/2115 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 02 dicembre 2021, recante norme sul sostegno ai piani strategici. Il regolamento Ue 2021/2115 è il regolamento dei piani strategici e per il settore dell'olio di oliva e le olive da tavola ci sono i programmi settoriali delle OP e AOP (primo pilastro della PAC), gli Eco-schemi dei pagamenti diretti rivolti agli olivicoltori, e il CSR del secondo pilastro della PAC.

NORMATIVA NAZIONALE

• SUL RICONOSCIMENTO DELLE ORGANIZZAZIONI DEI PRODUTTORI (OP) E DELLE LORO ASSOCIAZIONI (AOP) DEL SETTORE OLIVICOLO OLEARIO

- D.M n.413214 del 08/08/2023 - Disposizioni nazionali sui programmi operativi delle OP e AOP del settore dell'olio d'oliva e delle olive da tavola.
- DM 617/2018 modificato dal DM n. 345268 del 30 luglio 2024 disciplina le organizzazioni di produttori (Op) e associazioni di organizzazioni di produttori (AOP) del settore dell'olio di oliva e delle olive da tavola.
- D.M. n. 100223 del 04/03/2025 - Linee guida per l'attuazione delle procedure operative del DM 617/2018, modificato dal DM n. 345268 del 30 luglio 2024, relative alle verifiche sul mantenimento del riconoscimento e sul funzionamento delle OP olivicole.

• SUL RICONOSCIMENTO DEI LABORATORI DI ANALISI DELL'OLIO DI OLIVA E DEI PANEL DI ASSAGGIATORI DELL'OLIO VERGINE DI OLIVA

- Decreto ministeriale 7 ottobre 2021 - Criteri e modalità per il riconoscimento dei panel di assaggiatori ai fini della valutazione e del controllo delle caratteristiche organolettiche degli oli di oliva vergini di cui al regolamento (CEE) n. 2568/91, nonché per l'iscrizione nell'elenco nazionale di tecnici ed esperti degli oli di oliva vergini ed extravergini - Pubblicato sulla G.U. n° 11 del 15 gennaio 2022. "Il MASAF riconosce i panel di assaggiatori ufficiali e professionali. I panel di assaggiatori ufficiali sono finalizzati ai controlli organolettici di conformità di cui al regolamento UE 2022/2105 - operano, altresì, ai sensi delle leggi nazionali vigenti in materia di controllo delle frodi e irregolarità nel commercio dell'olio vergine di oliva; i panel di assaggiatori professionali sono competenti per la verifica delle caratteristiche organolettiche degli oli di oliva vergini ed extra vergini DOP e IGP, nonché

per la verifica delle caratteristiche organolettiche nell'ambito degli scambi commerciali tra operatori privati.”

- Decreto 22 dicembre 2009 del ministero dello sviluppo economico sulla designazione di “Accredia” quale Ente di accreditamento dei laboratori di analisi. “Il MASAF pubblica sul sito istituzionale del ministero la lista dei laboratori pubblici e privati accreditati per l’analisi chimica dell’olio di oliva.”

- **VIVAISMO**

- D.lgs. n.18 del 2/02/2021, il vivaista (fornitore) deve essere in possesso delle previste autorizzazioni e può propagare esclusivamente varietà iscritte al registro nazionale dei fruttiferi.

Trasversalmente la produzione di piantine rientra, come tutte le specie da coltivazione, nelle disposizioni nazionali che riguardano la sanità delle piante, la certificazione e tutti gli aspetti relativi alla commercializzazione del materiale di propagazione.

9 Acronimi

AKIS: *Agricultural Knowledge and Innovation System*, ovvero Sistema di Conoscenza e Innovazione in Agricoltura

CSR: Complementi Sviluppo Rurale

PSP: Piano Strategico nazionale della PAC

EVO: Extra vergine di Oliva

OP: Organizzazioni dei produttori

QVI: Qualità Vivaistica Italia

X f.: *Xylella fastidiosa*

---Ringraziamenti---

Il presente documento è stato realizzato con il supporto dei n. 5 Gruppi di lavoro: “Normativa di settore”, “Mercato e tracciabilità dei prodotti”, “Ricerca e sviluppo”, “Xylella fastidiosa” e “Promozione”, composti dai rappresentanti del Tavolo di filiera di cui al Decreto ministeriale del 21 novembre 2024 n. 615898, recante “Istituzione del Tavolo tecnico di filiera olivicolo oleario” a firma del Sottosegretario di Stato Sen. Patrizio Giacomo La Pietra, coordinati dalla PQA, Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare, Ufficio PQA4.