

Indagine 2013



Associazione Italiana Frantoiani Olcari

**Monitoraggio del mercato
dell'olio d'oliva:
I Frantoi**

Parte II

**I flussi di prodotto
della campagna
2012 - 2013**



Campagna finanziata con il contributo
della Unione Europea



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

Sommario

Introduzione.....	1
1. Analisi dei flussi di olio Extravergine.....	1
2. Analisi dei flussi di olio vergine	8



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

Introduzione

Nel presente elaborato sono esposte le risultanze dell'analisi dei flussi di olio relativi alla campagna produttiva 2012 – 2013. L'orizzonte temporale di riferimento parte dal mese di settembre 2012 per poi concludersi all'inizio dello stesso mese dell'anno 2013. Tale scelta consente di esaminare i flussi per l'intera annata, senza incorrere in alterazioni della coda dei dati per effetto dell'attività produttiva riconducibile all'avvio della campagna successiva (2013-2014)

L'analisi è condotta esplicitando le dinamiche dei flussi in entrata e in uscita per le diverse categorie di olio monitorate (Extravergine e Vergine) oltre che, qualora supportati dalla disponibilità dei dati, dall'approfondimento delle dinamiche connesse alle differenti tipologie di prodotto.

Il campione di riferimento è costituito da 63 frantoi associati AIFO che, per l'annualità di monitoraggio 2013 – 2014 hanno aderito al progetto di cui al Reg. (CE) n. 867/08 e s.m.i..

Come noto, tale campione è rappresentativo della base associativa AIFO e ricalca la distribuzione territoriale dell'universo nazionale delle imprese di trasformazione del settore oleario.

Tuttavia, al fine di fornire una misura della rappresentatività dell'analisi svolta sui flussi di olio, è stata calcolata l'incidenza dei volumi monitorati in relazione alla produzione olearia italiana per la campagna 2012-2013. Utilizzando come riferimento i dati produttivi forniti da Agea, si rileva che il campione AIFO monitora il 3,3% circa dell'intera produzione nazionale se si include nel computo dei flussi, oltre alla attività produttiva vera e propria, anche gli eventuali altri carichi. Tale percentuale, appare di tutto rispetto in relazione alla numerosità ed alla distribuzione territoriale e dimensionale delle imprese del campione utilizzato.

Prima di procedere all'esame delle dinamiche dei flussi è opportuno esplicitare la metodologia di analisi seguita. A tal proposito, si evidenzia, che i dati sono elaborati ponendo come riferimento l'ammontare complessivo di olio in entrata (giacenza iniziale della campagna + totale dei carichi) su cui sono calcolate le incidenze mensili delle voci positive (produzione e acquisti) e negative (autoconsumo, vendite, restituzione a terzi, ecc.) dei flussi di olio di ciascuna categoria.

1. Analisi dei flussi di olio Extravergine

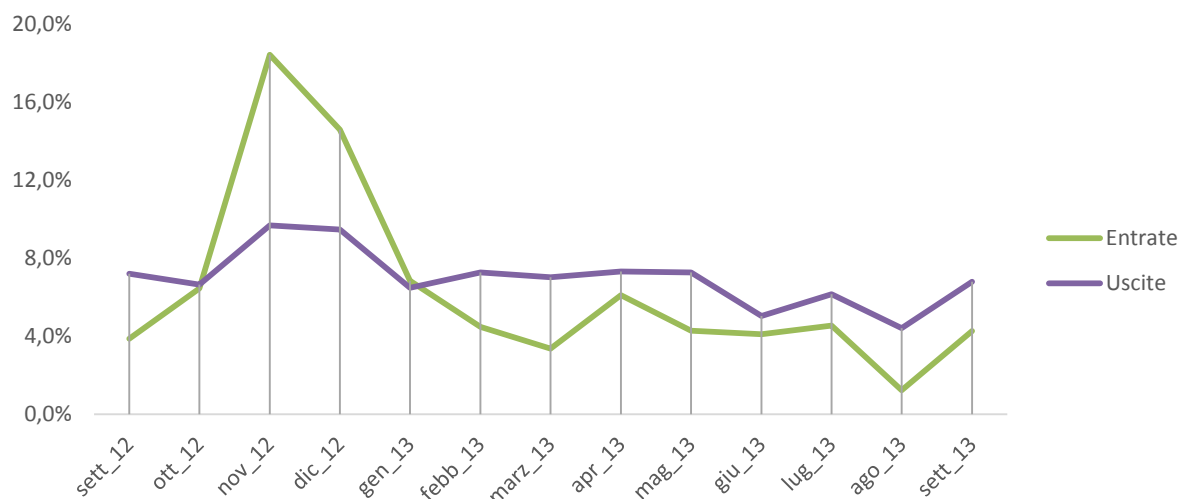
Come anticipato, l'analisi dei flussi è condotta considerando l'incidenza percentuale mensile dei volumi in entrata e in uscita sull'ammontare complessivo di olio prodotto, acquistato o in giacenza nella campagna di riferimento.



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

Ponendo attenzione alla categoria “olio extravergine” ed in particolare al prodotto convenzionale in forma sfusa, si evidenzia un flusso in entrata con andamento a campana nel periodo ottobre-gennaio. Tale andamento trova semplice giustificazione nell’analisi della componente produttiva, la cui incidenza sul totale delle entrate mensili, passa dal 36% di ottobre al 44% di novembre, per poi decrescere al 13% in gennaio passando per il 27% di dicembre. La rilevante incidenza dall’attività produttiva, ovviamente, si ripercuote anche sull’andamento complessivo dei flussi in entrata che, nel periodo settembre-gennaio, superano in termini cumulati il 43% dell’ammontare complessivo delle entrate.

Flussi di olio Extravergine sfuso campagna 2012/2013 (incidenza % sul totale entrate)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

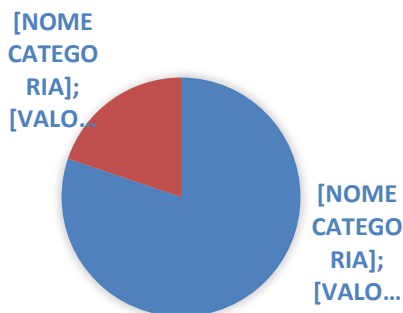
Restando sui flussi in entrata, dopo i picchi dei mesi di novembre e dicembre (rispettivamente 18,4% e 14,6%) riconducibili, come descritto, principalmente alla componente produttiva, segue una fase discendente con incidenze medie prossime al 4% e attribuibili al maggior peso, rispetto al periodo precedente, della componente acquisti. Ad interrompere l’andamento pressoché lineare dei flussi post marzo, sono i mesi di aprile ed agosto. In essi, infatti, l’incidenza sul complesso delle entrate della campagna manifesta delle alterazioni che assumono andamento positivo in aprile e negativo in agosto, mese nel quale si raggiunge il minimo assoluto (1,2%). Tale dinamica, come anticipato, deriva – in assenza di produzione – dalle altre fonti di carico e in particolare dagli acquisti, la cui incidenza sul totale delle entrate mensile si riduce in agosto del 20% circa rispetto alla media del periodo precedente (aprile-luglio). Restando sugli acquisti, è interessante



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

sottolineare che il mercato nazionale rappresenta la principale fonte di approvvigionamento dei frantoi, con ben l'80,2% del complesso di olio extravergine sfuso acquistato, che è scambiato su mercati italiani.

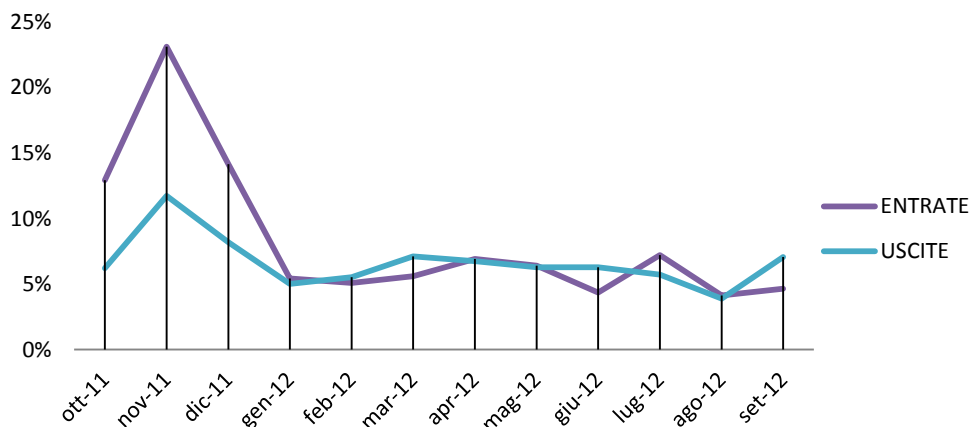
Mercati di acquisto olio Extravergine sfuso (incidenza % sul totale acquisti)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

L'andamento delle entrate risulta anche in linea con quanto osservato nella precedente campagna produttiva, rispetto alla quale – tuttavia - si nota una minore incidenza relativa nel mese di novembre (23% nella campagna 2011/2012 e 18,4% in quella 2012/2013) compensata in parte da un incremento in gennaio (6,8% nel 2013 rispetto al 5% del 2012). Tale dinamica sembrerebbe indicare lievi differenze nella distribuzione temporale delle quantità lavorate nelle due campagne esaminate, con una produzione leggermente posticipata nella campagna 2012/2013.

Flussi di olio Extravergine sfuso campagna 2011/2012 (incidenza % sul totale entrate)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

Passando alle uscite si possono – in termini generali – individuare nella distribuzione tre fasi. La prima, che coincide con il mese di settembre 2012, caratterizzata da una maggiore incidenza delle



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

uscite sul totale delle entrate; la seconda, che va da ottobre a gennaio, in cui l'andamento delle uscite ricalca quello delle entrate (andamento a campana) pur mantenendosi sempre al di sotto della curva dei carichi e, infine, la terza fase che va da gennaio a settembre, in cui le uscite – pur seguendo il flusso delle entrate - manifestano sempre un'incidenza percentuale maggiore. In particolare, la prima fase risente delle giacenze di prodotto di inizio campagna e pertanto, la maggiore incidenza delle uscite, può essere ricondotta alla vendita/consumo/cessione dell'olio giacente a inizio periodo. Viceversa, nella seconda fase, il flusso delle uscite sembra ancorato alle dinamiche produttive con l'incidenza sul complesso delle entrate che raggiunge i valori massimi in novembre e dicembre (rispettivamente il 9,7% e il 9,5%). Scendendo ad un livello di dettaglio maggiore si osserva, che una discreta quantità di olio (23,5%) è già ceduta entro la fine di dicembre, a dimostrazione dell'esigenza di realizzare la necessaria liquidità per sostenere le spese correnti di trasformazione e limitare i costi di stoccaggio. Va precisato, che tale considerazione risente in parte della sottostante ipotesi (che riprende la consuetudine operativa) di considerare l'olio inviato al confezionamento come olio "venduto", in quanto molto spesso l'operazione di imbottigliamento avviene nelle immediato approssimarsi della vendita del prodotto. Nella terza fase, come anticipato, l'incidenza delle uscite segue la dinamica dei flussi in entrata, seppur con valori sempre superiori. Tale andamento trova spiegazione nel fatto che, terminata (o quasi) la fase produttiva, il frantoio provvede alla cessione del prodotto realizzato e/o acquistato con progressiva contrazione delle giacenze generate nel processo produttivo (giacenza finale pari al 7,1% del totale dei carichi). In questa fase, la curva delle uscite manifesta un andamento pressoché costante (incidenza media del 7%) interrotto da due piccoli cali in giugno ed agosto (5% e 4,8% rispettivamente) mesi in cui, si ricorda, sussistono anche variazioni negative dei flussi in entrata.

Per quanto concerne i mercati di vendita dell'olio extravergine convenzionale sfuso, si evidenzia che la quasi totalità di prodotto è collocata sul mercato nazionale (99%), con il mercato estero che assume un ruolo del tutto marginale.

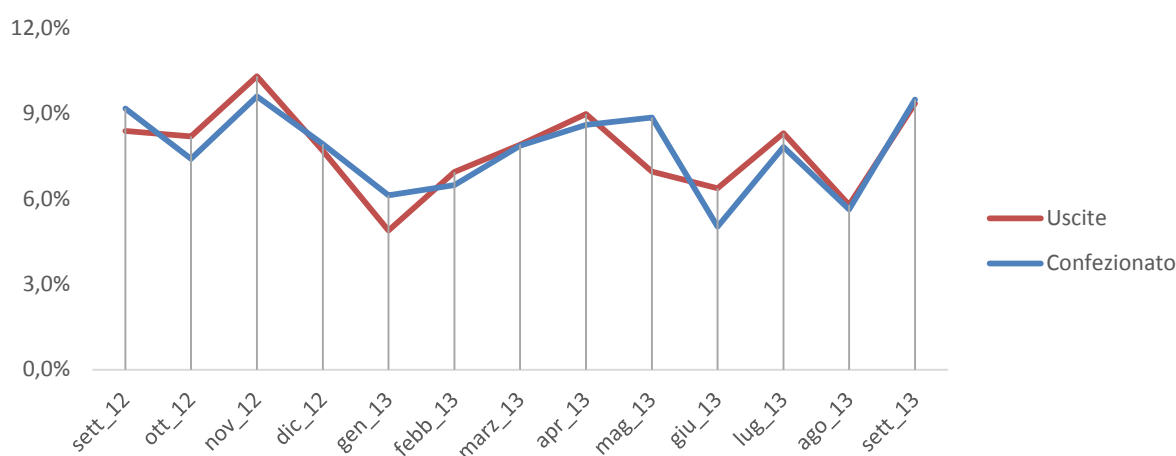
Accanto ai flussi dell'olio extravergine convenzionale sfuso, sono stati anche indagati i flussi della medesima categoria di olio riferiti alla cessione in forma confezionata. In termini generali, l'andamento delle vendite di olio extravergine confezionato tende a ricalcare la curva relativa all'ammontare di olio inviato al confezionamento. Infatti, ad ogni periodo in cui l'incidenza delle entrate supera quella delle uscite, segue un periodo ad incidenze invertite, in cui le vendite di olio eccedono l'ammontare inviato al confezionamento. Ciò sembrerebbe supportare quanto affermato in precedenza in merito al legame temporale tra il confezionamento del prodotto e la sua vendita. Scendendo più nel dettaglio, si osserva che ai picchi di confezionamento e vendite del periodo



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

ottobre-dicembre (fase produttiva), segue un calo nel mese di gennaio, in cui la minore produzione (in alcuni casi assente) limita anche le uscite di prodotto confezionato (4,9% a gennaio, rispetto al 7,7% di dicembre e al 10,3% di novembre). L'andamento dei flussi di olio confezionato, nei mesi successivi, è essenzialmente guidato dalle scelte di acquisto e dalla contrazione delle giacenze di olio sfuso che progressivamente viene confezionato e venduto (giacenza finale di prodotto confezionato pari al 4,5% del totale dei carichi).

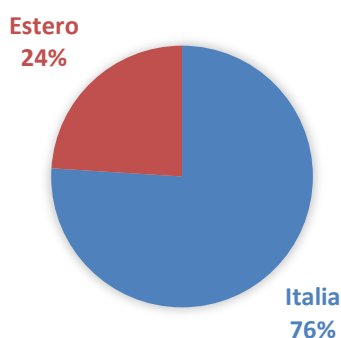
Flusso delle vendite di olio Extravergine confezionato (incidenza % sul totale di olio inviato al confezionamento)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

Esaminando i mercati di vendita del prodotto confezionato, emerge che ben il 76% dell'olio extravergine convenzionale confezionato è venduto sui mercati italiani, con il restante 24% scambiato sui mercati esteri (11% comunitari e 13% extra-comunitari).

Mercati di vendita olio Extravergine confezionato (incidenza % sul totale vendite)



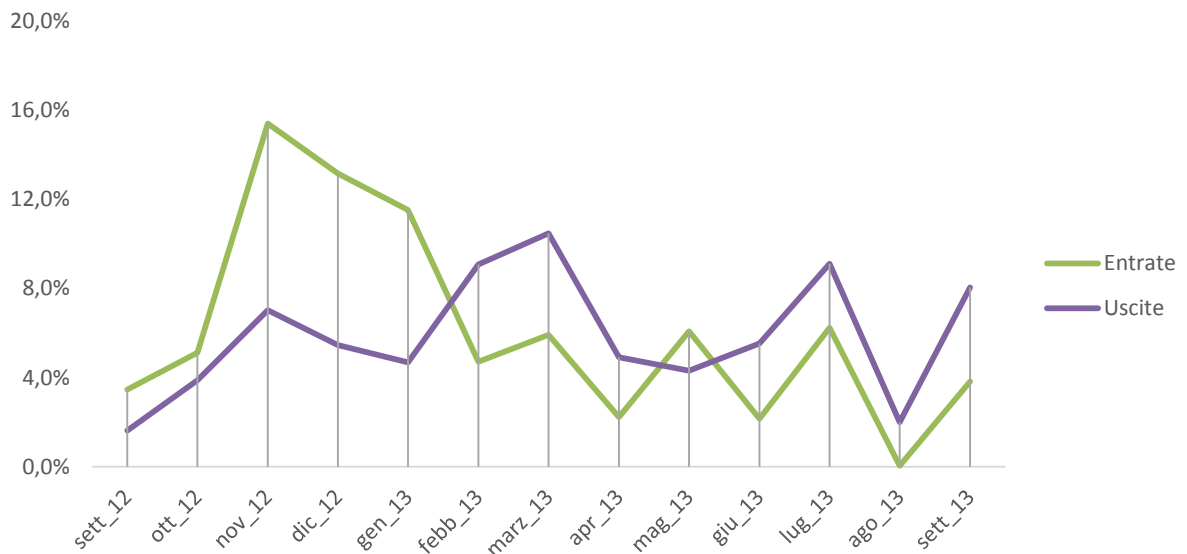
Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

L'analisi dei flussi dell'olio extravergine è stata ulteriormente approfondita mediante l'elaborazione dei dati relativi ai flussi di olio extravergine biologico.

Flussi di olio Extravergine BIO sfuso campagna 2012/2013 (incidenza % sul totale entrate)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

Come si evince dal grafico, i flussi di olio extravergine BIO sfuso tendono, in linea generale, a seguire i flussi della categoria extravergine convenzionale descritti in precedenza. Infatti, guardando alle entrate (linea verde), si riscontra anche in questo caso una fase con andamento a campana con valore massimo di incidenza nel mese di novembre (15,4%) e riconducibile alle dinamiche dell'attività di produzione (l'88% dell'olio extravergine BIO è prodotto nel periodo ottobre-dicembre). Segue, da gennaio, una fase con flussi tendenzialmente discendenti e le cui alterazioni sono riconducibili alle scelte di acquisto di prodotto. In tale periodo (febbraio-settembre), la curva delle entrate appare, infatti, molto irregolare e - a periodi con incidenze medie superiori al 7% (marzo, maggio, luglio, settembre) - si alternano mesi con incidenze prossime al 3% (escluso agosto per il quale il valore è vicino allo zero). Tali mesi, come anticipato, rappresentano anche quelli in cui i frantoi hanno manifestato una maggiore attività di acquisto del prodotto. Attività, quest'ultima - che come già riscontrato per la categoria extravergine convenzionale - è principalmente svolta sui mercati nazionali con il 97,5% del complesso dell'olio extravergine BIO



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

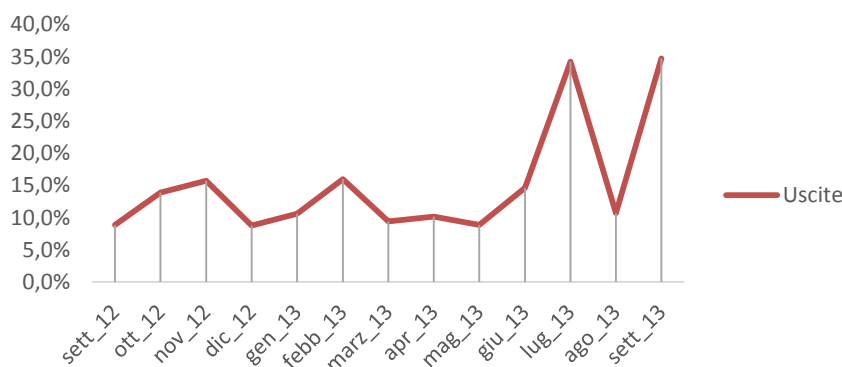
sfuso acquistato, proveniente da mercati italiani. Ne deriva, che appena il 2,5% del prodotto è scambiato su mercati stranieri.

Passando alla curva delle uscite (linea blu), si evidenzia un andamento più irregolare di quello esaminato nella categoria extravergine convenzionale, in particolare nel periodo che succede alla fase di produzione. Infatti, l'incidenza delle uscite sul complesso dei carichi - nei primi mesi della campagna - tende a seguire l'andamento delle entrate pur attestandosi su livelli più bassi. Successivamente, da gennaio, l'incidenza delle uscite manifesta un andamento sinusoidale, alternando a valori elevati di incidenza (marzo 10,5%, luglio 9,1% e settembre 8%), valori in media prossimi al 5%. Tuttavia, la curva delle uscite resta quasi sempre al di sopra di quella dei carichi, con unica eccezione rappresenta dal mese di maggio nel quale si riscontra un incremento dei volumi d'acquisto. Tale situazione, però, non è frutto di scelte di acquisto diffuse, ma è riconducibile a ben definite realtà produttive. Ritornando alle uscite, ulteriore aspetto indagato è rappresentato dal mercato di collocazione del prodotto venduto. A tal proposito, si evidenzia che il 78% dell'ammontare complessivo di olio extravergine BIO sfuso venduto è ceduto a ditte italiane, mentre il restante 22% a ditte comunitarie. Non si rilevano scambi, per tale tipologia di prodotto, con operatori extracomunitari.

Anche per l'extravergine BIO sono stati esaminati i flussi relativi al prodotto confezionato.

Per tale tipologia di prodotto si evidenzia, nel periodo settembre-giugno, un'incidenza delle uscite sul totale di olio extravergine BIO inviato al confezionamento prossima al 10%, con picchi di vendite nei mesi di novembre e di febbraio (rispettivamente 15,7% e 15,9%). Tale andamento, alquanto regolare, manifesta negli ultimi mesi della campagna oscillazioni più ampie, con picchi del 34% circa in luglio e settembre, in parte riconducibili ai maggiori acquisti di prodotto sfuso successivamente inviato al confezionamento.

Flusso delle vendite di olio Extravergine BIO confezionato (incidenza % sul totale di olio BIO inviato al confezionamento)





Associazione Italiana Frantoiani Oleari

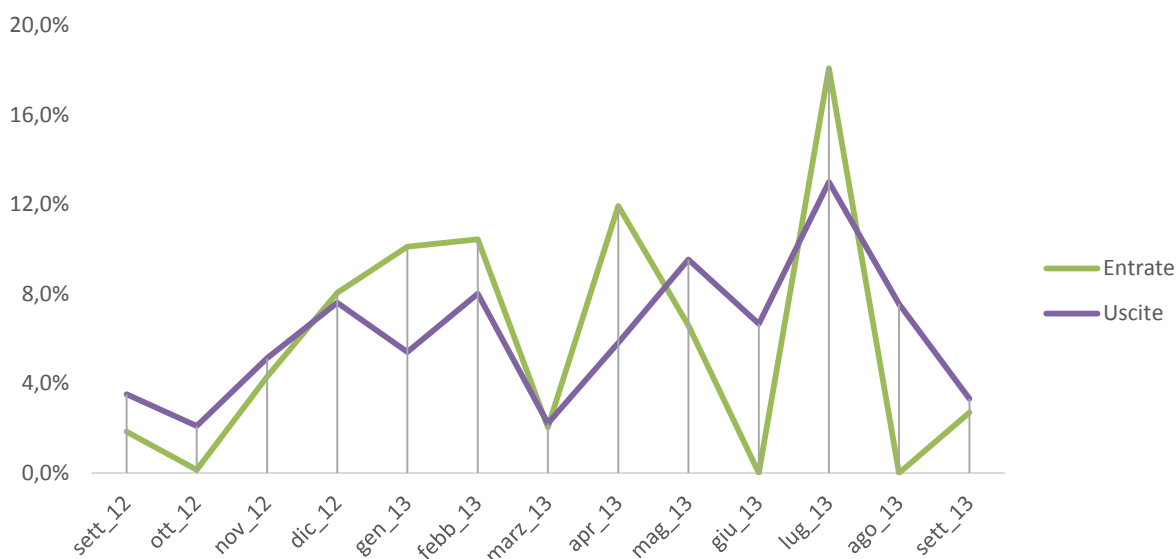
Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

Interessante è anche analizzare i mercati di sbocco dell'olio extravergine BIO confezionato. Diversamente da quanto descritto per la categoria Extravergine convenzionale (sfuso e confezionato), infatti, il prodotto biologico trova principale collocazione sui mercati esteri, con il 49% dell'ammontare di olio di tale tipologia destinato alla vendita, ceduto su mercati comunitari e il 14% su mercati extra-comunitari. Solo il 37% è, invece, scambiato sul mercato nazionale.

2. Analisi dei flussi di olio vergine

L'analisi condotta per l'olio extravergine è stata ripetuta, con la medesima metodologia esposta nel paragrafo introduttivo, anche per la categoria vergine.

Flussi di olio vergine sfuso (incidenza % sul totale entrate)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

Partendo dal prodotto sfuso e osservando la curva delle entrate, si nota con chiarezza un andamento fortemente irregolare dell'incidenza delle entrate sul totale dei carichi, principalmente nei mesi che seguono la fase di produzione. Tali mesi sono anche quelli che, di norma, risentono maggiormente dell'incidenza relativa delle operazioni di acquisto che, di fatto, sono quelle che determinano la dinamica dei flussi in entrata osservati. Tuttavia, come già anticipato nell'ambito dell'esposizione inerente l'olio extravergine biologico, tale situazione non è rappresentativa delle



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

scelte dell'universo dei frantoi, ma è influenzata dai volumi acquistati da un numero ridotto di imprese del campione. Pertanto, le eventuali considerazioni future su tali flussi, non dovranno prescindere (pena conclusioni erranee) dalla precisazione appena condotta. Tornado all'analisi generale dei flussi in entrata, è tuttavia interessante evidenziare, che essi manifestano nei primi mesi della campagna un andamento a campana meno evidente di quello relativo all'olio extravergine convenzionale sfuso. Ciò deriva, principalmente, da un avvio più graduale dell'attività produttiva, con valori di produzione che si distribuiscono in modo pressoché uniforme nel periodo novembre-febbraio (8-10%). Con l'avvento di marzo, invece, perde di peso la componente produttiva e si innescano le dinamiche connesse agli acquisti e in precedenza esplicitate. Si noti anche, che nel primo mese della campagna (settembre) si ha un'incidenza positiva delle entrate. Tale dato, tuttavia, non dipende dall'avvio dell'attività produttiva, quanto ad acquisti operati prima dell'inizio della stessa.

Restando nell'ambito degli acquisti, sono state anche indagati i mercati di scambio dell'olio vergine sfuso. In particolare, dall'analisi dei dati emerge che ben l'82% del totale di olio vergine acquistato, proviene da mercati nazionali, con il restante 18% acquistato all'estero. Anche in questo caso, quindi, predomina la componente nazionale su quella estera.

Procedendo nell'esame dei flussi, si passa alla curva dell'incidenza delle uscite. Come descritto per l'extravergine convenzionale, anche in questo caso è possibile discriminare tre ipotetiche fasi. La prima, da settembre a dicembre, in cui l'incidenza delle uscite è sempre maggiore di quella delle entrate, a dimostrazione di un avvio più progressivo e tardivo della produzione di olio vergine, con graduale contrazione delle giacenze iniziali di prodotto. La seconda, da dicembre a marzo, in cui l'incidenza delle entrate – per effetto dell'apporto positivo della attività produttiva – predomina sulle uscite e, infine, la terza fase nella quale l'incidenza delle uscite tende a sopravanzare quella dei carichi (al netto delle alterazioni della curva delle entrate dovute agli acquisti) con progressiva contrazione delle giacenze di prodotto (giacenza finale pari all'11% del totale dei carichi). Più contenuta, nel caso dell'olio vergine sfuso rispetto al prodotto extravergine, la percentuale di olio ceduta entro il mese di dicembre e che si attesta al 18% del totale delle entrate.

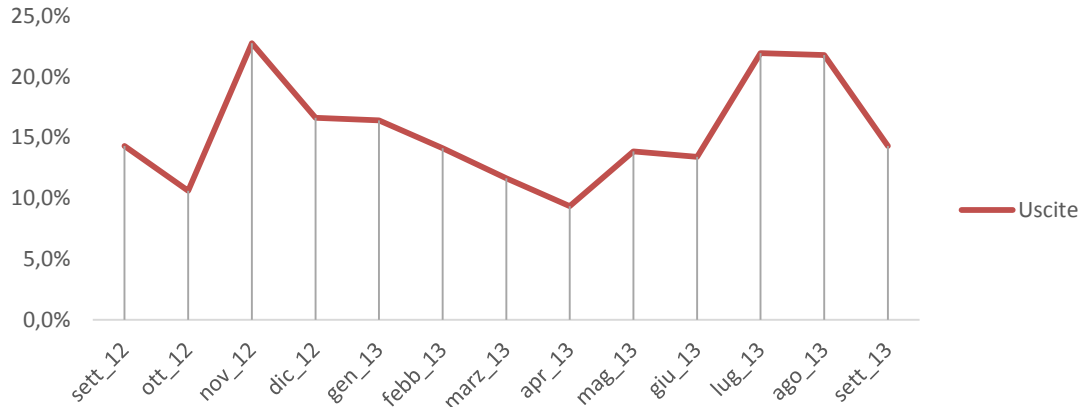
Scendendo nel dettaglio delle vendite, è interessante evidenziare che nel caso dell'olio vergine sfuso, l'unico mercato coinvolto negli scambi è quello nazionale che cattura il 100% della produzione destinata alla vendita.

Passando all'esame dei flussi di prodotto confezionato, si riporta la dinamica dell'incidenza delle vendite sul totale di olio vergine inviato al confezionamento.



Associazione Italiana Frantoiani Oleari

Flusso delle vendite di olio vergine confezionato (incidenza % sul totale di olio inviato al confezionamento)



Fonte: AIFO – Elaborazioni su dati monitoraggio

Come si evince dal grafico, l'andamento delle vendite manifesta due momenti di picco. Il primo, nel mese di novembre (22,8%), riconducibile al maggiore invio al confezionamento di prodotto sfuso che si genera nella fase di produzione; il secondo a luglio-agosto (in media 22%) che risente dell'acquisto di prodotto sfuso destinato al confezionamento e quindi alla vendita. Nel mezzo, l'intervallo dicembre-giugno, con valori di incidenza medi del 14,3% interrotti dai minimi di marzo e aprile (11,6% e 9,4% rispettivamente) in cui abbastanza contenute risultano le uscite per confezionamento.

In merito ai mercati di sbocco della produzione di olio vergine confezionato, si ripropone quanto già indicato per il prodotto sfuso. Predomina, infatti, lo scambio sui mercati nazionali (99%), mentre resta del tutto marginale la vendita sui mercati comunitari.