

Imprese & Territori



Olivicoltura. Italia è scivolata in quinta posizione nel mondo tra 2024 e 2025

Olio d’oliva, cede la produzione: dimezzata la quota mondiale

Made in Italy

Rapporto Mediobanca su uno dei settori chiave dell’alimentare nazionale

Produzione 2025 ai massimi storici nel mondo, ma l’Italia accusa -31,8%

Giorgio dell’Orefice

Il peso dell’Italia sulla produzione mondiale di olio d’oliva è passato dal 12,7% del 2023-24 al 6,3% del 2024-25. È forse il dato più significativo emerso dal report “L’olio d’oliva italiano: tra volatilità dei prezzi, eccellenze locali e mercati stranieri” pubblicato ieri dall’Area Studi di Mediobanca. Un dato eloquente e che sintetizza il forte ridimensionamento, sul piano produttivo, dell’olio d’oliva italiano. Un trend che ha radici lontane e che è il prodotto del calo delle superfici coltivate (sisono ridotte del 7,1% tra il 2014 e il 2024) e delle difficili condizioni meteo degli ultimi anni.

-7,1%

LE AREE DI COLTIVAZIONE Tra 2014 e 2024 le aree di coltivazione olivicola, stima Mediobanca, hanno subito un forte calo

Tuttavia, nonostante il ridimensionamento a monte della filiera, l’industria italiana dell’olio d’oliva continua a registrare performance importanti con un ruolo di primo piano sui mercati internazionali: l’export (crescita cumulata 2015-2024 +9%) trascina il giro d’affari (+7%) ma vale ancora poco (un terzo delle vendite totali). La redditività del settore soffre (Ebit margin medio 2015-24 a +2,6% contro il +4,8% dell’alimentare e +5,6% della manifattura), mentre risultano significativi gli investimenti materiali (crescita cumulata 2015-2024 +10,1% contro il +7% dell’industria alimentare e il +5,2% manifattura). Il report Mediobanca parte da un quadro produttivo mondiale che dopo due annate difficili ha registrato un rimbalzo ovunque tranne che in Italia. «Nel 2024-25 – sottolinea l’Area Studi di Mediobanca – si è registrata un’in-

versione di marcia per l’olio d’oliva: dopo due anni di “scarica”, la produzione mondiale ha toccato il massimo storico di 3,6 milioni di tonnellate (+38% sul 2023-24). In aumento tutti i principali produttori: Spagna (+51%, leader mondiale con il 36,1% del totale), Turchia (+109,3%, 12,6%), Tunisia (+54,5%, 9,5%) e Grecia (+42,9%, 7%). In controtendenza l’Italia (-31,8%) il cui peso sulla produzione mondiale è passato così dal 12,7% del 2023-24 al 6,3% del 2024-25».

L’insufficienza della produzione interna rende l’Italia dipendente dalle importazioni sia per il consumo interno sia anche per riesportare il prodotto. «La bilancia commerciale italiana – aggiungono da Mediobanca – è in disavanzo strutturale: nel biennio 2022-2023 il deficit è stato più ampio (rispettivamente -331 milioni di euro e -278 milioni) rispetto alla media dal 1991 (-171 milioni); nel 2024 il divario si è ridotto (-19 milioni). La produzione interna (300mila tonnellate attese per il 2025-26) non riesce a sostenere i consumi (470mila tonnellate); è necessario il ricorso a importazioni (570,9mila tonnellate) che superano le vendite all’estero (371mila)».

Ma nonostante i limiti strutturali l’Italia riesce comunque a recitare un ruolo chiave sui mercati internazionali: nel 2024 è seconda sia per esportazioni mondiali, con 2,8 miliardi di euro dopo la Spagna (5,1 miliardi) e prima del Portogallo (1,5 miliardi), che per importazioni con 2,9 miliardi, dopo gli Stati Uniti (3 miliardi) e prima della Spagna (1,4 miliardi).

Sul fronte degli sbocchi molto resta ancora da fare: metà dell’export italiano di olio d’oliva si concentra in tre Paesi e cioè Stati Uniti (32,2% dei quantitativi complessivi nel 2024), Germania (14%) e Francia (6,8%). Mentre l’olio importato proviene da Spagna (56,8%), Grecia (17,5%) e Tunisia (14%).

La scarsa produzione olivicola italiana ha anche un riflesso positivo: i prezzi. A dicembre 2025 la quotazione media dell’extravergine italiano è stata di 7,58 €/kg pari a 1,5 volte l’extravergine greco (5,05 €/Kg), 1,7 volte quello spagnolo (4,54 €/Kg) e 2,1 volte quello tunisino (3,68 €/Kg). Una magra consolazione che non nasconde l’evidenza: l’Italia deve investire per rafforzare la propria produzione olearia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MYPLANT AND GARDEN A MILANO Sarà dedicata quest’anno ai successi del florovivaismo Made in Italy la rassegna Myplant and Garden, la più importante fiera del settore che si apre oggi a

Milano Rho, con un incontro organizzato da Coldiretti e Assofloro. Al centro dei lavori, i nuovi record dell’export di piante e fiori ma anche i risultati raggiunti dal punto di vista della sostenibi-

lità, tra investimenti in modelli a basso impatto dalla produzione al consumo, oltre alle nuove tendenze di consumo e agli studi sui benefici per la salute. La rassegna termina il 20 febbraio.

Monini: «Rilanciare gli investimenti negli uliveti senza limiti su varietà e tecnologie»

Agroindustria

Dalle cultivar spagnole Arbequina e Arbosana la spinta al rilancio produttivo

«Non basta semplicemente investire per realizzare nuovi uliveti in Italia. Occorre farlo senza pregiudizi verso soluzioni sia varietali che tecnologiche che possano rinnovare e rilanciare l’olivicoltura italiana». Ne è convinto Zefferino Monini tra i leader italiani dell’extravergine e alla guida di un’azienda da 257 milioni di fatturato e 23 milioni di litri di extravergine venduti.

Secondo l’imprenditore umbro l’Italia ha un bisogno di rilanciare la propria olivicoltura e deve farlo senza preclusioni. «Negli anni ci siamo spesso intestarditi - dice Monini - nella difesa di un’olivicoltura, quella tradizionale italiana, talvolta non più sostenibile. L’olivicoltura tradizio-

nale richiede elevati costi di manodopera sia per le operazioni di raccolta che, soprattutto, per la potatura. Spesso occorre formare il personale perché con una potatura fatta male si può rovinare la pianta. Adesso molte di queste operazioni sono meccanizzabili. Ma l’uliveto va ripensato ex novo».

All’inizio degli anni Duemila Zefferino Monini si recò in Australia a impiantare 300 ettari di uliveto con varietà italiane con l’obiettivo di sperimentare alternative produttive utilizzabili poi in Italia. «Sul fronte della raccolta delle olive - ricorda - trovammo una soluzione adattando gli scuotitori realizzati in California per la raccolta delle prugne. Furono necessarie delle modifiche per evitare che danneggiassero i tronchi degli alberi. Soluzioni che oggi sono adottate nei nuovi impianti in Italia». Ricorrere a impianti superintensivi adattando il modello spagnolo al territorio italiano può portare a riduzioni di costi anche sul piano della potatura. «Certo da un punto di vista estetico l’uliveto è completamente diver-

so da come ce lo immaginiamo in Italia - aggiunge -; molto più simile a un vigneto con filari ben separati. Ma non credo che questo abbia un impatto negativo sul paesaggio».

Miglioramenti sul piano produttivo possono venire anche con differenti scelte varietali. Strada che si sta percorrendo col progetto “Bosco Monini” con il quale l’azienda umbra punta a realizzare entro il 2030 mille nuovi ettari di uliveti tra Umbra e bassa Toscana e già si è a quota

700 ettari. «Le varietà spagnole come Arbequina e Arbosana - spiega - stanno rispondendo bene in Centro Italia ma potrebbero rendere ancora meglio al Sud».

Un passaggio culturale non semplice visto che l’Italia punta tanto sulla propria biodiversità olivicola fatta di oltre 300 varietà autoctone di olivo. «A parte che la varietà Frantoio - prosegue Monini - viene chiamata in decine di modi diversi a seconda della zona ma la cultivar è sempre la stessa, il punto è un altro. Va benissimo lo storytelling che serve ad avvicinare nuovi consumatori, ma noi siamo imprenditori e dobbiamo pensare in primo luogo a produrre. Arbequina e Arbosana possono recitare nell’olio la parte che Carbernet e Merlot hanno avuto nel vino dove hanno rivitalizzato aree quasi dimenticate. In più ne deriva un olio dalle caratteristiche più dolci e meno aggressive dell’extravergine prodotto da varietà autoctone. Un prodotto più adatto ai palati internazionali».

—G.d.O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INFORMAZIONE PROMOZIONALE

ALESSANDRIA

Storia d'Impresa e Territorio: Eccellenza, Qualità e Innovazione

Crocevia di Storia, Territorio di sviluppo e Continuità industriale

La posizione strategica tra Piemonte, Lombardia e Liguria favorisce collegamenti rapidi e un’economia diversificata, mentre il territorio circostante offre opportunità legate al turismo enogastronomico e alla scoperta del Monferrato. Mentre il territorio offre spazi, servizi e condizioni competitive per investimenti e nuove attività, **Alessandria** è un’area che cresce con pragmatismo, sostenuta da un tessuto imprenditoriale concreto e da una rete di competenze che guarda allo sviluppo e alla continuità industriale. Di seguito quattro realtà d’eccellenza del comprensorio che si distinguono per la capacità di anticipare le tendenze, innovare con visione e rispondere con efficacia alle sfide di un mercato globale in continua evoluzione.

MGA supporta l’Industria con Soluzioni Integrate per Logistica e Intralogistica

Punto di riferimento per le imprese che desiderano migliorare produttività e organizzazione dei propri spazi industriali, dal 1982 **MGA** affianca le realtà del territorio con soluzioni integrate per movimentazione, logistica e intralogistica che ottimizzano tempi, risorse e sicurezza. Grazie all’approccio tecnico e consulenziale, MGA accompagna i clienti nella scelta delle soluzioni più adatte ai propri processi produttivi, fornendo attrezzature e sistemi che garantiscono efficienza e continuità operativa. Tra i principali ambiti di intervento: **carrelli elevatori, scaffalature, tunnel, porte industriali, sistemi di sicurezza, pulizia industriale, magazzini verticali, piattaforme aeree e soluzioni intralogistiche personalizzate**. Come concessionario esclusivo di **Linde Material Handling** per Liguria e Basso Piemonte, assicura pro-

dotti di alta qualità, affidabili e tecnologicamente avanzati, sia in vendita che a noleggio operativo. A completamento dell’offerta, MGA garantisce assistenza tecnica rapida e puntuale, manutenzione costante e interventi programmati per prevenire fermi operativi e mantenere piena efficienza dei sistemi aziendali. Questo approccio permette alle imprese di lavorare in modo continuativo, sicuro e con le migliori performance produttive. La competenza maturata, unita alla capacità di anticipare le esigenze del mercato, le ha consentito di consolidare la sua presenza come partner strategico per lo sviluppo industriale. Ogni progetto è seguito con attenzione e professionalità, con l’obiettivo di costruire relazioni solide e durature fondate su fiducia, qualità e



innovazione. MGA continua a investire in persone, tecnologie e formazione, consapevole che la crescita delle imprese passa anche attraverso un’organizzazione efficiente, sicura e sostenibile. - www.mgacarrellielevatori.com

ROSSI IMBALLAGGI. Verso i 70anni di Eccellenza nel Settore dei Big Bags

Con sede a Casale Monferrato, **Rossi Imballaggi Srl** si conferma come una delle realtà di riferimento in Italia nel settore dei big bags e degli imballaggi industriali, forte di una lunga tradizione professionale. L’azienda coniuga flessibilità e rapidità nel rispondere alle esigenze dei clienti, senza mai tradire i valori e la professionalità dei fondatori. Oggi garantisce standard qualitativi elevati, sostenuti dalla competenza nella gestione dei rapporti e dalla consolidata esperienza nel settore. Guardando al futuro, grazie alla terza generazione della famiglia, è in fase di definizione un ambizioso piano di ampliamento degli spazi produttivi, con l’obiettivo di soddisfare un numero sempre maggiore di clienti. Tra le novità anche l’apertura di una succursale in Veneto e lo sviluppo di un progetto di *e-commerce*, pensato per consentire acquisti rapidi anche di piccole quantità, in linea con le esigenze del mercato. Non manca l’attenzione alla sostenibilità: Rossi Imballaggi prosegue l’impegno verso le certificazioni aziendali puntando a ottenere, tra le altre, la *scorecard Ecovadis*, rafforzando così la sua vocazione alla responsabilità ambientale. www.rossiimballaggi.com



ce, pensato per consentire acquisti rapidi anche di piccole quantità, in linea con le esigenze del mercato. Non manca l’attenzione alla sostenibilità: Rossi Imballaggi prosegue l’impegno verso le certificazioni aziendali puntando a ottenere, tra le altre, la *scorecard Ecovadis*, rafforzando così la sua vocazione alla responsabilità ambientale. www.rossiimballaggi.com

NUOVA ASAC ANTINCENDIO - Servizi Certificati per la Sicurezza di Persone e Aziende

Promuovere la cultura della sicurezza e garantire la tutela di persone, beni e attività è la missione che dal 2002 guida **Nuova Asac Antincendio**, Centro di assistenza CEA Estintori e dal 2012 nel **Gruppo Servizi Rete di Imprese per la Sicurezza**. In oltre 20 anni ha sviluppato una presenza capillare sul territorio con 7.125 clienti in 86 province, gestendo la manutenzione su 130.990 presidi antincendio. Numeri importanti sostenuti ogni giorno dal valore più prezioso: le persone che ogni giorno operano con scrupolo e professionalità, consapevoli che ogni intervento può fare la differenza e ogni cliente rappresenta un patrimonio da proteggere. La solidità dell’impresa si fonda su competenze tecniche qualificate, manutentori certificati secondo il DM 01.09.2021, certificazioni ISO 9001 e FGAS, oltre a investimenti costanti in tecnologie e so-



Nuova Asac Antincendio. Chiara Urzino, Dir. Amm.

luzioni avanzate per consulenza, progettazione, installazione e manutenzione. Un percorso ambizioso in continua evoluzione che non perde mai la vicinanza umana indispensabile quando si parla di protezione della vita. Una dedizione che va oltre il semplice rispetto delle normative e rende Nuova Asac un partner affidabile per aziende di ogni settore. www.nuova-asac.com

la gioielleria, con una gestione finanziaria orientata a sicurezza e redditività, unitamente a un proficuo impiego della liquidità aziendale. Sotto la guida di Paolo e della madre Alberta, l’azienda ottiene indicatori finanziari estremamente positivi, impiegando capitali propri per collaborare solo con le aziende più solide a livello globale, che garantiscono certezza degli incassi e ritorni costanti, adeguati alle competenze maturate in 4 generazioni. Oggi **Massimo Cavalli 1883** resta ancorata al core business: importazione, selezione e commercio di diamanti tagliati con colore, purezza e taglio eccellenti. Questi servizi, uniti a tempestività nell’evasione degli ordini, precisione impareggiabile e stock ricco e omogeneo, consentono all’azienda di continuare ad ammirare con orgoglio i propri diamanti incastonati sui gioielli più belli del mondo. Per la Massimo Cavalli 1883 il futuro non è più quello di una volta. www.massimocavalli.it

