



## Análisis de la competitividad del sector oleícola italiano

**El Instituto de Servicio para el Mercado Agrícola Alimentario (Ismea) ha publicado el informe "La competitividad del sector olivarero. Análisis de rentabilidad y determinantes", que aborda los procesos evolutivos que están marcando el sector y destaca las tendencias recientes que caracterizan el panorama productivo y comercial, profundizando en el tema de la competitividad en términos de gestión empresarial eficiente y contención de costes de producción.**

El informe del Ismea indica que los análisis realizados destacan que Italia tiene un papel protagonista en el escenario mundial, por lo que mantener ese papel y posiblemente fortalecerlo requiere una fuerte atención a las diversas fases de la cadena de suministro, comenzando por la agrícola, que tiene características y problemas bastante diferentes dentro de ella. En este sentido, señala que existen diferentes modelos de producción y enfoques de mercado: una olivicultura más profesional, realizada de forma emprendedora y dirigida al mercado, y otra más orientada al autoconsumo o a la venta directa. Ambos olivares, sin embargo, son de gran importancia respecto al paisaje y al medio ambiente y son característicos de muchos territorios italianos. "Si bien las características de cada segmento están ligadas a una identidad local, no se puede negar que el olivo y el aceite de oliva tienen una connotación nacional explícita Made in Italy y la Dieta Mediterránea tiene a este producto como epicentro. Por tanto, esta es precisamente la palanca en la que hay que centrarse para que el sector sea cada vez más competitivo a nivel internacional, mientras que en el ámbito doméstico requiere más información por parte del consumidor final", subraya.



Según este informe, la reforma de la Política Agraria Común (PAC) -que conducirá a una nueva programación 2023-2027- podría suponer el momento adecuado para colocar las fortalezas y debilidades del sector en el orden correcto y al mismo tiempo componer una estrategia global para el sector con miras a la sostenibilidad global en materia económica, ambiental y social.

Los datos analizados en este informe destacan muchas fortalezas a partir de una biodiversidad varietal, con más de 500 cultivares que, combinados con las características pedoclimáticas de los diferentes territorios, ofrecen un abanico de perfiles aromáticos únicos en el panorama mundial. Por otro lado, añade que las debilidades del sector se concentran precisamente en la fase agrícola, que está particularmente fragmentada, con olivares que necesitan ser renovados y con un bajo relevo generacional también por la falta de atractivo económico del sector. Por lo tanto, cree que las próximas acciones deberán cerrar la brecha en términos de inversión tanto en el campo como en infraestructuras digitales que permitan al sector mantenerse al día.

También afirma que las fases posteriores de la cadena de suministro también tienen fortalezas y debilidades que limitan la competitividad del sector. Si por un lado la presencia generalizada de almazaras en las zonas oleícolas adecuadas es una mayor garantía de calidad, por otro lado la fuerte fragmentación, incluso en la primera transformación, no permite alcanzar el producto necesario por los envasadores que, aunque importan gran parte del producto procesado, siguen representando una fortaleza importante de la cadena gracias a un alto nivel de know-how reconocido por los consumidores mundiales. "Una mayor cohesión y colaboración entre las partes más puramente agrícolas e industriales podría convertirse en una ventaja para el sector oleícola italiano, tras años de conflicto", resalta.

Uno de los puntos más discutidos en la encuesta realizada para el informe fue el relativo a los costes de producción italianos que, según





algunos, habrían dirigido de alguna manera las compras de la industria envasadora en el exterior. De hecho, en la elaboración del informe se repitió en varios puntos que la necesidad de aprovisionamiento en el extranjero no es solo una opción sino una necesidad porque, especialmente en los últimos años, la producción italiana ni siquiera satisface la demanda interna.

Sin embargo, el análisis de costes sigue siendo fundamental para entender la rentabilidad del sector y también para relacionar los diferentes olivos que conviven en diversos segmentos del mercado. Así, la encuesta sobre los costes de producción del olivar nacional realizada a las explotaciones que "están en el mercado" destacó diferencias sustanciales entre los niveles de rentabilidad de las mismas. Entre los factores que tienen un mayor impacto en estas diferencias destaca la ubicación geográfica y características orográficas del territorio; la capacidad de organización y gestión de empresas agrícolas; y el tipo de producto comercializado. A ellos se añaden factores climáticos, que influyen fuertemente en los rendimientos de producción.

El estudio indica que se confirma una menor rentabilidad de las empresas orgánicas, frente a las convencionales, lo que justifica el papel de las subvenciones públicas en la compensación de los mayores costes incurridos por estas empresas y los menores ingresos por menores rendimientos medios frente a las empresas convencionales, dado que el mercado aún se inclina poco a pagar más por el aceite de oliva virgen extra ecológico.

En cuanto a las características de las firmas, las empresas más eficientes son las dirigidas por jóvenes, destacando una mayor propensión a invertir, como lo demuestra la incidencia de costes fijos superiores a los gestionados por mayores de 40 años, lo que probablemente permite un uso más racional de los medios corrientes de producción.





Una variable de gestión que tiene un impacto significativo en la rentabilidad de las explotaciones de olivos es la relativa a la densidad vegetal, según el informe. "El cultivo intensivo puede garantizar mejores márgenes que el tradicional, por lo que un incentivo para transformar el olivar tradicional, en la medida de lo posible, sería una herramienta para incrementar la rentabilidad de las fincas olivareras. Estas evidencias sugieren que la plantación superintensiva (olivares con una densidad superior a 800 plantas/ha.) puede resultar sumamente interesante desde el punto de vista económico. Se trata de una tipología que se incluyó en la encuesta, ya que aún no está muy presente en la realidad oleícola nacional", explica.

Otra operación crucial para la rentabilidad es el riego, gracias al cual las empresas pueden asegurar un mayor Ebitda, según el informe.

Por ejemplo, el informe se refiere al cultivo del olivo en el norte de Puglia, donde está demostrando ser muy dinámico, con una propensión a invertir muy por encima de la media del sector, lo que está conduciendo a un proceso de integración de la cadena de suministro y a la creación de realidades similares a las españolas para la ampliación del olivar y la gestión de los procesos productivos. Se trata de empresas que, gracias a las economías de escala, consiguen alcanzar altos niveles de rentabilidad vendiendo aceite de oliva virgen extra. En su opinión, más allá de los resultados económicos para las empresas individuales, el desarrollo de estas cadenas de suministro integradas es importante para el territorio que las acoge, en términos laborales y sociales, factores importantes de cara a una reforma de la PAC que se marca objetivos en materia de sostenibilidad económica y social, así como medioambiental.

A su juicio, la reforma en curso de la política agrícola de la UE, si se aplica bien, podría convertirse en una gran oportunidad de innovación





para el sector que, como se ha subrayado, necesita una visión estratégica para superar esta fase de indecisión.

Finalmente, el informe asegura que la estrategia de futuro que podría resultar en una "nueva OCM del aceite" debería afectar directamente a toda la cadena de suministro y el nuevo enfoque "estratégico", que también incluye la puesta en valor del modelo "De la granja a la mesa", prevé dar respuesta a la situación de crisis del sector. El objetivo será la remodelación de la cadena de suministro del aceite de oliva con el objetivo de hacer que el aceite de oliva se convierta en un verdadero producto "cultural" que genere valor para los territorios, los empresarios y el bienestar de la comunidad europea, en general, e italiana, en particular.

Lien article :

<https://www.mercacei.com/noticia/54161/actualidad/analisis-de-la-competitividad-del-sector-oleicola-italiano.html>