

Intervento Direttore ARSIA alla giornata di studio "Problemi e prospettive dell'olivicoltura"

Accademia dei Georgofili - 11 febbraio 2010

Naturalmente ringrazio, come sempre, il Prof. Scaramuzzi ed apro volentieri questo pomeriggio di lavoro sperando di corrispondere all'autorevolezza riferitami.

In tale occasione l'Accademia dei Georgofili presenta i risultati di una ricerca condotta anche grazie ad una proficua collaborazione con la Regione Toscana attraverso l'ARSIA.

L'obiettivo precipuo cui si è mirato è stato quello di affrontare, approfondire e districare la complessità dei problemi che l'olivicoltura toscana si trova ad affrontare, i quali, per molti aspetti, possono riflettersi, più in generale, nell'olivicoltura italiana, e di individuare linee strategiche per il futuro.

L'analisi della ricerca che viene presentata oggi dall'Accademia si è focalizzata sugli aspetti economici degli oliveti a valenza principalmente ambientale e paesaggistica, obiettivo importante sia sul piano regionale ma, noi crediamo, anche a livello nazionale, in quanto tale progettualità potrebbe essere estesa a diverse altre realtà italiane.

La rilevanza a livello regionale di tale indagine si pone come il tassello di un mosaico complessivo di attività di ricerca ed innovazione che la Regione Toscana, attraverso l'ARSIA, ha voluto promuovere e sostenere per affrontare in modo adeguato tutti gli aspetti problematici di un settore tanto importante per l'identità dell'agricoltura toscana, quanto ormai in difficoltà da troppi anni. Difficoltà che, sommandosi di anno in anno, stanno portando verso l'insostenibilità della produzione con prospettive oramai molto vicine all'abbandono se non interverranno strategie innovative, di sviluppo e di sostegno per il settore.

Tale problematica si estende, poi, anche a livello nazionale: produzioni in calo, con il 2009 che si configura come la peggiore annata dal 2002 in poi, e prezzi dell'extravergine in caduta, che dai 4 euro/kg del 2007 sono scesi ai 2,62 euro del novembre 2009 (dato ISMEA), sono i segni indiscutibili di una crisi di settore tuttora in atto. Neanche interventi comunitari come l'autorizzazione all'ammasso privato, ai sensi del reg. (CE) n. 2153/2005, o l'entrata in vigore della norma obbligatoria sull'indicazione dell'origine dell'olio in etichetta reg. (CE) 182/2009, sembrano aver inciso, per il momento, in modo sensibile sull'andamento dei prezzi.

Tra l'altro, anche la realtà toscana, dove notoriamente i prezzi che l'extravergine riesce a strappare sono diversi, non sfugge comunque a questa congiuntura negativa.

Anche se l'olio prodotto in Toscana viene considerato un prodotto di alta gamma dove i prezzi sono più alti della media nazionale, ciò con cui bisogna far i conti è una struttura produttiva ormai vecchia e di difficile gestione, che si traduce in alti costi di produzione che oscillano, in relazione alle diverse condizioni degli oliveti toscani, tra i 5 ed i 12 euro al kilogrammo. Questi dati sono il frutto di un'analisi svolta mediante un progetto di ricerca, il cui acronimo è MATEO, "Modelli Tecnici ed Economici per la Riduzione dei Costi di Produzione nelle Realtà Olivicole della Toscana", promosso da ARSIA tramite bando che ha affrontato specificatamente il tema dei costi produttivi dell'olio in Toscana e di cui tratterò fra breve.

Tra l'altro, alla realtà dei costi di produzione in Toscana si unisce un'altra specificità caratteristica di questo periodo. La Toscana ha retto l'olivicoltura anche grazie alla forza di altri settori, quali, per esempio, quello del vino e dell'agriturismo che, con il successo degli ultimi anni, hanno contribuito a mantenere e valorizzare anche l'olivicoltura. Questo per due ordini di ragioni: da un lato, i diversi tempi delle principali operazioni colturali tra olivicoltura e viticoltura favoriscono l'integrazione e il miglior utilizzo della manodopera nelle aziende, dall'altro gli ultimi anni hanno visto come prestigio aziendale, anche nelle grandi aziende vitivinicole, la produzione di un olio di qualità in grado di farsi apprezzare come punto di forza di un territorio come quello toscano, anche nella comunicazione e nella strategia aziendale.

Purtroppo l'impatto della crisi anche nell'agricoltura toscana sta annullando anche questa specificità. I dati del 2009 ci mostrano problematicità non solo nel settore de vino, ma anche in quello dell'agriturismo. Risulta evidente, infatti, che in un quadro di andamento positivo di questi settori le aziende possono reggere anche l'olivicoltura, al contrario, in una realtà di difficoltà di questi settori, il rischio di abbandono può essere veramente consistente con impatto devastante sul piano economico, sociale e paesaggistico-ambientale, perché queste sono le caratteristiche dell'olivicoltura toscana.

Il tema non può essere affrontato in modo semplicistico ma in maniera articolata. Non c'è un solo problema da risolvere ed un'unica soluzione da trovare ma diversi problemi che devono trovare risoluzioni diversificate e integrate. In questo quadro, dunque, risulta chiaro come in termini strategici, per un olivicoltura come quella toscana ma anche per un'olivicoltura come quella italiana, la strada del futuro non potrà essere altro che continuare ad investire in qualità, identità delle produzioni e rapporto con il consumatore. Questo diviene cruciale per tutte le produzioni olivicole toscane e nazionali. Anzi, in tale ambito, il lavoro da fare è ancora superiore, perché non si è ancora sviluppata appieno una cultura di conoscenza del prodotto.

Insieme a ciò, ulteriore aspetto fondamentale è quello di aumentare la produttività e di ridurre i costi di produzione con soluzioni appropriate alle diverse specificità territoriali in un'ottica di sostenibilità. Credo questo sia un punto fondamentale da affrontare perché nelle strategie per l'agricoltura spesso si mettono in contraddizione l'investimento per la qualità con l'investimento per l'aumento della produttività e della riduzione dei costi di produzione, ed invece non c'è antitesi, anzi nell'olivicoltura, sia per le sue caratteristiche che per l'assenza di innovazione strategica da tempi troppo lunghi rispetto ad altri settori, investire per la qualità e l'identità deve andare parallelamente ad un investimento per aumentare la produttività e ridurre i costi di produzione. A questo proposito dobbiamo però rilevare un quadro in cui il settore ha innovato troppo poco, ha prodotto troppo poco e tutt'ora non produce abbastanza reddito per le imprese, perché questo, alla fine, è il problema consistente.

Insieme a questi due aspetti, se ne può evidenziare un altro che è quello di riuscire a sostenere un'olivicoltura in aree marginali a forte valenza ambientale e paesaggistica, sia attraverso strategie adeguate a questa specificità di circuiti locali di produzione e consumo, sia tramite sostegni specifici da corrispondere all'agricoltore, in modo tale che egli possa assolvere questa funzione di produzione di beni pubblici, ma al quale deve essere riconosciuto un'integrazione al reddito da parte della collettività.

Diversamente, il destino di una parte di oliveti, soprattutto nella nostra Regione, non potrà essere altro che quello dell'abbandono. Questo in quanto le condizioni economiche per renderli produttivi, oggettivamente, non ci saranno mai, ed allora o si concede la possibilità di abbandono e relativa sostituzione con altre possibili colture oppure si riconosce il valore collettivo di quest'opera e si trovano parametri giusti affinché la collettività usufruisca di un bene che è di tutti.

Risulta chiaro, dunque, che una strategia articolata su più indirizzi come quella necessaria per ridare slancio all'olivicoltura non può essere assolutamente affrontata senza un investimento strategico in ricerca ed innovazione. E' evidente, infatti, che tale investimento debba essere inteso in termini tecnici e tecnologici in tutte le fasi della filiera, ma anche in termini di analisi economica del settore ed analisi organizzativa delle varie fasi della produzione, affinché possano offrirsi soluzioni adeguate a tutti gli obiettivi strategici che abbiamo di fronte. È molto importante che ci sia una ricerca ed innovazione che si confronti con il tessuto produttivo e con le imprese per offrire soluzioni in grado di risolvere i problemi delle aziende e del territorio ed, allo stesso tempo, una ricerca ed innovazione che, misurandosi con le sfide strategiche che ha di fronte, offre adeguate conoscenze e supporti alle politiche pubbliche regionali e nazionali, in una fase che è decisiva per le scelte politiche, sia regionali che nazionali. Allora è chiaro che, se da una parte ci vuole consapevolezza della necessità di

rendere efficiente il sistema della ricerca, dall'altro punto di vista ci deve essere cognizione dell'esigenza strategica per il pubblico di investire in ricerca.

Il lavoro che noi abbiamo fatto in questi anni come ARSIA risponde proprio all'impostazione seguita dalla Regione Toscana che ha da sempre investito in ricerca ed innovazione, in particolare in relazione allo sviluppo di progetti di ricerca nel settore olivicolo che rispondessero a precisi elementi strategici. Primo fra tutti quello della qualità ed identità delle produzioni e del rapporto con il consumatore. Ed è proprio in quest'ambito che abbiamo promosso alcuni progetti, per uno dei quali il convegno conclusivo è previsto nella prima settimana di marzo presso l'Azienda di Montepaldi dove saranno resi noti i risultati del progetto MAESTRO coordinato dal Il Pin Scrl - Polo Universitario "Città di Prato" e svolto in collaborazione con il Laboratorio Chimico Merceologico - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze. Questo progetto si prefigge la realizzazione di un sistema innovativo (software + hardware) integrato con il ciclo di estrazione centrifuga, in grado di misurare e monitorare in tempo reale i parametri tecnologici durante l'estrazione, al fine di ottimizzare il processo estrattivo sulla base delle caratteristiche del singolo lotto di olive da trattare; in tal modo sarà ottenibile, per qualsiasi qualità o stato di conservazione del frutto riscontrato, le migliori condizioni possibili di estrazione e, conseguentemente, il migliore prodotto finito.

Nell'edizione 2010 di MEDOLIVA, inoltre, troveranno spazio due progetti promossi da ARSIA che saranno oggetto di specifici convegni per la presentazione dei risultati finali: SIDIO relativo alla difesa fitosanitaria dell'olivo, coordinato dal CRA-ABP di Firenze; AROMOLIO sull'analisi sensoriale dell'olio, coordinato dal CRA-OLI di Rende (CS). Seguiranno, inoltre, una serie di iniziative riguardanti i temi propri dell'olivicultura e dell'elaiotecnica, che, per esigenze di sintesi, non posso elencare.

L'altro lavoro importante cui accennavo in apertura, è stato presentato nel 2009 ed è quello che si riferisce al secondo aspetto strategico consistente nell'aumentare la produttività e nel ridurre i costi di produzione con soluzioni appropriate alle diverse specificità territoriali in un'ottica di sostenibilità. A tale progetto, denominato MATEO (Modelli Tecnici ed Economici per la riduzione dei costi di produzione nelle realtà olivicole della Toscana), hanno collaborato sia il Prof. Polidori che il Prof. Omodei Zorini e molti altri operatori del settore scientifico toscano, quali i dipartimenti delle facoltà di agraria di Firenze (DIAF e DEART) e Pisa (DCDSL), aziende private produttrici di mezzi tecnici (Riding Srl) e un'associazione di produttori olivicoli (O.T.A.) che aveva assunto il coordinamento tecnico del progetto. Dagli studi svolti sono emerse soluzioni diversificate per le varie tipologie di olivicultura toscana e sostanzialmente riconducibili a tre ordini di strategie: quelle degli impianti tradizionali scarsamente produttivi, quelle degli impianti tradizionali con una buona potenzialità produttiva ed, infine, quella dei nuovi impianti specializzati. Il progetto, infatti, ha fornito utili indicazioni sul tema tradizione ed innovazione per un'olivicultura che aumenti produttività e reddito con tecnologie appropriate alle diverse specificità, al fine di garantire l'obiettivo, che ricordavo all'inizio, e cioè di tenere insieme qualità, tutela dell'ambiente e paesaggio. Il progetto ha individuato, infine, la necessità di compensare la differenza di reddito nel mantenimento delle forme marginali attraverso la rivalutazione anche del ruolo produttivo di dette realtà e della relativa filiera corta tipica. In relazione alle necessità espresse da quest'ultimo punto, ARSIA ha ritenuto opportuno contribuire alla realizzazione della ricerca svolta dall'Accademia dei Georgofili sul tema "Tutela del paesaggio rurale in Toscana: il caso degli oliveti", i cui obiettivi sono evidentemente coincidenti. La presentazione dei risultati della ricerca condotta dall'Accademia dei Georgofili completa il tassello di un mosaico relativo ad una serie di risultati di attività di ricerca che possono offrire utili spunti per il perseguimento degli obiettivi strategici, ovvero qualità ed identità delle produzioni e del rapporto con i consumatori, innovazione nel settore finalizzata alla riduzione dei costi di produzione e all'aumento della produttività ed, infine, offrire al decisore politico elementi di analisi economica in grado di sostenere specifiche politiche di

sostegno per l'olivicoltura paesaggistica a forte valenza ambientale che altrimenti rischieremmo di perdere.

Credo che l'insieme di queste attività di ricerca possa offrire all'olivicoltura toscana una gamma di innovazioni utili ad affrontare le strategie del futuro. Ma soprattutto concedere al decisore politico gli elementi per sostenere gli investimenti in una fase cruciale in cui operano, a livello regionale, i piani di sviluppo rurale e per orientare le misure di tali investimenti verso obiettivi coerenti con i risultati dell'innovazione. Questo assume rilievo preminente in quanto le politiche di sostegno sono lo strumento fondamentale attraverso il quale si fanno passare le innovazioni, e se le innovazioni e la ricerca stanno distanti dalla politica di sostegno non si valorizza la ricerca e non si raggiungono risultati per quanto riguarda le politiche attive.

Credo che il contributo che può offrire l'Accademia dei Georgofili possa servire da spunto anche per un confronto con altre esperienze ed altre realtà di olivicoltura produttiva di altri territori italiani, come, ad esempio, quello della Puglia, facendo da veicolo attraverso cui stimolare una riflessione a livello nazionale. In considerazione del fatto che, senza un'adeguata strategia nazionale sull'olivicoltura in una fase in cui viene definito anche il piano olivicolo nazionale, è difficile creare le condizioni per far reggere e progredire il futuro dell'agricoltura e dell'olivicoltura. Sebbene il nostro lavoro non sia totalmente applicabile al sistema nazionale, permane comunque l'identità degli indirizzi strategici, in quanto le tematiche relative all'olivicoltura nazionale sono molto vicine agli anzidetti punti di lavoro strategico: qualità e identità delle produzioni, innovazione e abbassamento dei costi, incremento della produttività, adeguati sostegni per l'olivicoltura ambientale e paesaggistica.

Questa riflessione di oggi, dunque, può essere lo strumento strategico affinché da questa nostra esperienza possa essere fornito un contributo, anche sul piano nazionale, in una fase decisiva per l'olivicoltura e l'agricoltura italiana.