

## Prezzi dell'olio extravergine da agricoltura biologica

**Prof. Bernardo de Gennaro Università degli Studi di Bari**

**Dott.ssa Miriam Mastromauro – Osservatorio Internazionale dell'Olio d'oliva da Agricoltura Biologica - BIOL**

(Abstrac)

L'Osservatorio internazionale sull'olivicoltura biologica per la settima edizione del Premio Biol ha focalizzato la propria attenzione sullo studio del meccanismo di formazione dei prezzi dell'olio lungo le fasi della filiera produttiva.

Studiare la dinamica dei prezzi in un mercato è di notevole interesse in quanto questi, in generale, rappresentano gli indicatori di un equilibrio che viene a formarsi dall'incontro tra domanda e offerta oltre ad esprimere, secondo le teorie del marketing, il valore che i consumatori attribuiscono ad un determinato bene e all'utilità dello stesso.

La spiegazione dell'esistenza di un *premium price* per i prodotti biologici è da cercare nei fattori che denotano una debolezza strutturale dal lato dell'offerta, e, al contempo, nei fattori che sembrano influenzare il consumo dei prodotti biologici dal lato della domanda.

Analizzando l'offerta, a *livello produttivo* bisogna considerare le rese ridotte rispetto ai prodotti convenzionali, i costi di produzione sicuramente superiori anche in considerazione dei processi di certificazione. A *livello di trasformazione e distribuzione* i volumi trattati sono esigui, i metodi di trasformazione sono artigianali e si verificano anche inefficienze nei trasporti; inoltre il mercato è fortemente dicotomico con la produzione concentrata nel Sud e la trasformazione e i consumi concentrati nel Nord.

In particolare, il mercato dell'olio extravergine da agricoltura biologica essendo un mercato di nicchia, permette la creazione di ampi margini commerciali, in conseguenza della disponibilità dei consumatori a pagare un prezzo più elevato.

Dal lato della domanda, i fattori che sembrano stimolare i consumi sono riconducibili alla ricerca di una maggiore sicurezza rispetto ai prodotti consumati soprattutto in seguito ai diversi scandali alimentari.

I consumi alimentari sono, infatti, determinati anche da forti componenti psicologiche e culturali e questo contribuisce a spiegare il successo dei prodotti tipici, dei prodotti certificati e, in genere, dei prodotti di qualità.

In un mercato quale quello dell'olio extravergine biologico l'analisi dei prezzi ha confermato le peculiarità dei meccanismi e delle dinamiche tra gli attori della filiera derivanti dalla tipica configurazione di un *mercato di nicchia*.

A conferma di quanto detto, sono di supporto i risultati dell'indagine condotta tramite interviste telefoniche sia presso aziende della fase di produzione e prima trasformazione (è stato intervistato il 34% dei trasformatori di olio biologico in Puglia) che, per la fase distributiva, presso alcuni punti di vendita della provincia di Bari.

L'analisi dei margini realizzati nei diversi passaggi di filiera ha evidenziato una notevole differenza di prezzo fra la vendita del prodotto sfuso, rispetto a quello confezionato, denotando in questo primo caso una inadeguata valorizzazione del prodotto. Tali difficoltà sono maggiormente avvertite nella fase di produzione e prima trasformazione in cui l'olio è venduto abitualmente allo stato sfuso. Solo nei casi in cui il produttore procede anche al confezionamento, realizzando una "*filiera corta*", riesce a spuntare prezzi e margini soddisfacenti.

**BIOL**

Primo International Ltd & Co.

**ATTI DEL FORUM**  
**PROCEEDINGS OF THE CONVENTION**  
**ACTES DU CONGRÈS**  
**ACTOS DE LA RIUNIÓN**