

Olio, agli italiani piace bio, Dop ed extravergine

olio-3-a15289c5

olio Ammontano a **154 milioni i litri di olio extra vergine venduti nel 2014**, per un valore di 634 milioni di euro. Mentre - sempre stando ai dati forniti da **Unaprol** - sono 2,9 milioni i litri di oli Dop/Igp, pari a 31 milioni di euro. Le vendite di olio bio, invece, si attestano sui 2 milioni, per un valore di 18 milioni di euro. Infine sono 22 milioni i litri di 100% italiano, per un valore di 111 milioni di euro. Le vendite nella GDO, soprattutto di extravergine, si concentrano al centro Italia ed in Sardegna (33%) e al Nord della penisola (48%). Al Sud si vende il 19% dell'extra.

Vediamo più nel dettaglio l'andamento delle tipologie: rispetto al 2013, l'extra mantiene il suo posizionamento, mentre gli oli a denominazione crescono del 7% e quelli biologici del 9%. Di segno contrario le performances del **100% italiano** che si contrae del 7%. Le vendite di extra vergine nel 2014 si sono concentrate nel Centro + Sardegna, nel Nord e a seguire nel Sud della penisola. È comunque la Lombardia a primeggiare con 24 milioni di litri venduti per un valore di 103 milioni di euro, seguita dal Lazio con 17 milioni di litri per un valore di 63 milioni di euro e dalla Toscana con 15 milioni di litri ed un valore di 62 milioni di euro. Nel settore Dop/Igp le vendite si concentrano prevalentemente nel Nord Italia dove spicca. Palma d'oro ancora una volta alla Lombardia con quasi 778 mila litri venduti per un fatturato di circa 9 milioni di euro.

Lo scenario non cambia neanche per gli oli bio le cui vendite raggiungono il massimo in **Lombardia** con 567 mila litri venduti per un fatturato di circa 5 milioni di euro. Buoni risultati anche in Emilia Romagna con 265 mila litri venduti ed un fatturato di 2 milioni di euro, in Toscana con 254 mila litri ed un fatturato di circa 2 milioni di euro ed in Veneto con 248 mila litri ed 1,9 milioni di euro. Sul versante 100% italiano, invece, è la Toscana - con 5 milioni di litri e un fatturato di 23 milioni di euro a guidare la classifica. L'olio Dop è quello che riesce a spuntare quotazioni più alte soprattutto al Nord e in particolare in Trentino. All'interno della Gdo, l'olio continua a essere trattato come un prodotto civetta, caratterizzato da una pressione promozionale molto elevata e che riguarda il 66% dei volumi venduti. Il rischio di una massificazione e di un appiattimento delle peculiarità dei vari prodotti è sotto gli occhi di tutti.