



DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE ALIMENTARI E AMBIENTALI

CORSO DI LAUREA IN: SCIENZE E TECNOLOGIE AGRARIE

MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA IN CINA:

Analisi della domanda e del contesto produttivo

CHINA'S OLIVE OIL MARKET:

Analysis of demand and production context

TIPO TESI: sperimentale

Studente:

YUNPING OU

Relatore:

PROF./DOTT. DANILO GAMBELLI

Correlatore:

PROF./DOTT. DAVIDE NERI

ANNO ACCADEMICO 2019-2020

Indice

| | |
|---|-----------|
| INTRODUZIONE..... | 5 |
| CAPITOLO 1..... | 7 |
| COSA È L'OLIO DI OLIVA..... | 7 |
| 1.1 INTRODUZIONE | 7 |
| 1.2 PROPRIETÀ E COMPOSIZIONE DELL'OLIO DI OLIVA..... | 7 |
| 1.3 CLASSIFICAZIONE E TIPOLOGIE DELL'OLIO DI OLIVA | 8 |
| 1.3.1 denominazioni e caratteristiche..... | 9 |
| 1.3.2 Analisi di qualità..... | 10 |
| CAPITOLO 2..... | 12 |
| COME VIENE PRODOTTO L'OLIO DI OLIVA | 12 |
| 2.1 FASE DELLA RACCOLTA | 12 |
| 2.1.1 Il periodo..... | 12 |
| 2.1.2 La tecnica..... | 13 |
| 2.2 FASE DELLA PRODUZIONE DELL'OLIO | 15 |
| 2.2.1 Operazioni preliminari | 15 |
| 2.2.2 Ciclo di estrazione | 16 |
| 2.2.3 Confezionamento..... | 18 |
| CAPITOLO 3..... | 19 |
| L'OLIVO IN CINA | 19 |
| 3.1 INTRODUZIONE DELL'OLIVICOLTURA | 19 |
| 3.2 LA STORIA DELLO SVILUPPO DELL'OLIVO IN CINA | 20 |
| 3.3 LIMITI PER LO SVILUPPO DELLA COLTIVAZIONE IN CINA | 20 |
| 3.4 AREE IDONEE E PRINCIPALI CULTIVAR..... | 22 |
| CAPITOLO 4..... | 26 |
| IL MERCATO DELL'OLIO DI OLIVA: IL CONTESTO INTERNAZIONALE E UNA ANALISI DEL MERCATO CINESE | 26 |
| 4.1 IL MERCATO INTERNAZIONALE | 27 |
| 4.1.1 La produzione | 27 |
| 4.1.2 Il consumo..... | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.3 Mercato internazionale | 30 |
| 4.2 IL MERCATO CINESE | 34 |
| 4.2.1 La produzione | 35 |
| 4.2.2 Il consumo | 37 |
| 4.2.3 L'importazione | 38 |
| 4.2.4 Analisi dei prezzi | 41 |
| 4.2.5 Questionario: studi sui consumatori | 44 |
| CONCLUSIONE | 54 |
| RINGRAZIAMENTI | 56 |
| BIBLIOGRAFIA | 57 |
| SITOGRAFIA | 59 |
| APPENDICE: | 60 |
| QUESTIONARIO PER I CONSUMATORI CINESI DI OLIO DI OLIVA | 60 |

Introduzione

L'olio extravergine di oliva, a volte chiamato “oro liquido”, è ricco di acidi grassi insaturi, e può tenere basso il colesterolo e la pressione del sangue. Come una specie esotica, è stato introdotto in Cina da pochi anni, ma per vari motivi la quota del consumo di olio di oliva è ancora assolutamente bassa. In questi anni, il volume dell'importazione dell'olio di oliva cresce con un considerevole tasso di crescita, indicando che l'olio extravergine di oliva è sempre più favorito dal popolo cinese. Nonostante l'olio extravergine di oliva sia considerato un prodotto di nicchia, ci si aspetta che l'olio extravergine di oliva avrà buone prospettive di crescita nel mercato cinese.

Per dare una visione chiara e completa dell'argomento preso in analisi, tale elaborato si articola in 4 parti:

- Nel primo capitolo viene spiegato cosa è l'olio di oliva e vengono discussi i diversi criteri di classificazione;
- Il capitolo due illustra come viene prodotto l'olio di oliva, descrivendo il processo completo, in particolare la fase di raccolta e quella di produzione.
- Il terzo capitolo presenta una breve introduzione dell'olivo in Cina, sottolineando i limiti per lo sviluppo della coltivazione in Cina e l'individuazione delle aree coltivate idonee e principali cultivar;
- Infine, nell'ultimo capitolo si riporta un'analisi sull'olio di oliva sia nel mercato internazionale che nel mercato cinese, in particolare si pone attenzione sui seguenti aspetti: produzione, consumo, import&export e prezzo. Si conclude l'analisi con un questionario realizzato per analizzare le preferenze dei consumatori riguardante l'olio di oliva e i contenuti di tale questionario comprendono: la conoscenza dell'olio di oliva, le abitudini di acquisto (la frequenza, il marchio, il canale di acquisto) e il consumo potenziale del consumatore in futuro.

Nel redigere questo lavoro ho consultato il sito FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) e il sito COI (International Olive Council) per ottenere i dati relativi all'economia e al commercio. Successivamente, ho consultato inoltre vari siti cinesi (General Administration of Customs, P. R. China, China Reporting Network, China HowNet e Oil China, ecc) per cercare le informazioni relative all'argomento analizzato dal presente elaborato. Inoltre, per analizzare il mercato cinese dell'olio di oliva, ho cercato anche la letteratura scientifica sulla banca dati Scopus, utilizzando come parole chiave:"olive oil Chin*". Dall'indagine sono stati ottenuti 361 risultati, un numero in assoluto abbastanza limitato. Tra questi 361 risultati, la maggiore parte è inoltre riferita a tematiche nutrizionali o mediche e a tematiche strettamente legate ad aspetti agronomici della coltivazione. Ci sono invece pochissimi articoli scientifici relativi al tema economico, ciò significa che il mercato cinese dell'olio di oliva è appena entrata nella fase del decollo, e la analisi di mercato è ancora nella fase preliminare.

Credo che nel prossimo futuro, con la progressiva crescita della domanda cinese dell'olio di oliva, i paesi esteri e la Cina stessa si presteranno sempre più attenzione al mercato cinese dell'olio di oliva. Inoltre, con il miglioramento continuo del sistema di mercato cinese si promuoverà il vigoroso sviluppo della sua industria dell'olio di oliva.

Capitolo 1

Cosa è l'olio di oliva

1.1 Introduzione

L'olio di oliva è un alimento tipico dell'area mediterranea, un prodotto antichissimo e di pregio. Grazie al suo alto valore nutrizionale, l'olio di oliva è diventato sempre più diffuso fra le persone che perseguono una vita sana, soprattutto nei paesi emergenti in cui l'olio di colza, l'olio di soia e l'olio di palma sono gli oli tradizionali commestibili. Man mano che l'economia dei paesi emergenti cresce e i redditi delle persone aumentano, le persone sono sempre più attente alle problematiche legate alla salute; e la ricerca di uno stile di vita sano e naturale sta gradualmente diventando popolare.

L'olio di oliva è un olio alimentare estratto dalle olive, ovvero dai frutti dell'olivo. Per il consumo umano si usano principalmente oli extravergini di oliva e oli di oliva. I primi si ottengono dalla spremitura meccanica delle olive e sono caratterizzati da un elevato contenuto di grassi monoinsaturi e bassa acidità oltre che da spiccate caratteristiche organolettiche; le altre tipologie merceologiche di olio di oliva si ottengono da miscele di oli vergini e oli rettificati o per estrazione con solvente dalla sansa di olive, con proprietà dietetiche e organolettiche differenti.

1.2 Proprietà e composizione dell'olio di oliva

Le proprietà

L'olio di oliva, alimento principale della dieta mediterranea e grazie al suo possesso di molte proprietà specifiche ed uniche, è il condimento preferito in assoluto sia crudo, sia per cucinare.

L'olio extra vergine di oliva ha un punto di fumo di 210 °C, il suo valore energetico è di 899 Kcal per 100 grammi. Vale la pena ricordare questo olio di oliva è particolarmente ricco di grassi monoinsaturi (circa 75 g per 100 g) ed in particolare l'acido oleico, un olio ricco di acido oleico è più stabile alle alte temperature rispetto ad un altro ricco di acidi grassi polinsaturi.

Numerosi studi hanno dimostrato che il consumo di grassi monoinsaturi come l'acido oleico, di cui è ricchissimo l'olio di oliva, da un lato favorisce la sintesi del colesterolo HDL, il cosiddetto colesterolo buono, e dall'altro lato riduce il colesterolo LDL, quello cattivo. Pertanto, consumare un alimento contenente questa proprietà protegge il nostro apparato cardiovascolare (cuore, vasi e arterie).

La composizione

La composizione chimica dell'olio di oliva può variare in funzione della cultivar, delle condizioni ambientali, della raccolta e del metodo di produzione. L'olio di oliva è composto prevalentemente da trigliceridi con concentrazioni intorno al 98-99%, che costituiscono la cosiddetta " frazione saponificabile". Oltre alla frazione saponificabile l'olio di oliva contiene numerose sostanze minori nella frazione cosiddetta "insaponificabile" che rappresenta 1%-2% del prodotto. Tali sostanze svolgono un ruolo importante sia dal punto di vista nutrizionale che organolettico, inoltre rappresentano un importante parametro analitico per la genuinità del prodotto.

- Frazione saponificabile (98%-99%) comprende:
 - Acido oleico
 - Acido linoleico
 - Omega-3, Omega-6 che rappresentano acidi grassi essenziali alla vita
- Frazione insaponificabile (1%-2%) comprende:
 - Polifenoli
 - Steroli
 - Tocoferoli
 - Cere
 - Composti aromatici
 - Pigmenti colorati

1.3 Classificazione e tipologie dell'olio di oliva

La classificazione degli oli di oliva avviene secondo i parametri rigorosi promossi dalla Comunità Europea per salvaguardare l'elevato valore merceologico di questo alimento, impedendone le commistioni con oli di minor valore commerciale, come quelli di sansa e di semi, e cercare così di dare garanzia sulla qualità del prodotto al consumatore. Le denominazioni commerciali dell'olio di oliva cambiano a seconda della percentuale di acidità in esso contenuto.

1.3.1 denominazioni e caratteristiche

Denominazioni e definizioni di oli di oliva e di oli di sansa d'oliva di cui all'articolo 35 della normativa CEE:

Tabella 1- 1: Denominazioni e caratteristiche di oli di oliva

| Denominazione | Acidità (%) | Note | Metodo di estrazione |
|----------------------------------|-------------|---|---------------------------------------|
| Olio extravergine di oliva | ≤0,8 | Direttamente commestibile | Semplice spremitura delle olive |
| Olio di oliva vergine | ≤2,0 | Direttamente commestibile | |
| Olio di oliva lampante | >2,0 | Non commestibile | |
| Olio di oliva raffinato | ≤0,3 | Raffinato con solvent, non commestibile | Trattamenti chimici dell'olio vergine |
| Olio di oliva | ≤1,0 | Composto di oli di oliva raffinati e oli di oliva vergini, commestibile | |
| Olio di sansa di oliva greggio | - | Estratto dalle sanse, non commestibile | |
| Olio di sansa di oliva raffinato | ≤0,3 | Raffinato con solvent, non commestibile | |
| Olio di sansa di oliva | ≤1,0 | Raffinato con aggiunta di oli vergini, commestibile | |

1. Oli di oliva vergini

Gli oli di oliva vergini sono gli oli ottenuti dal frutto dell'olivo soltanto mediante processi meccanici o altri processi fisici, in condizioni che non causano alterazioni dell'olio, e che non hanno subito alcun trattamento diverso dal lavaggio, dalla decantazione, dalla centrifugazione e dalla filtrazione, esclusi gli oli ottenuti mediante solvente o con coadiuvanti ad azione chimica o biochimica o con processi di riesterificazione e qualsiasi miscela con oli di altra natura.

Detti oli di oliva vergini sono oggetto della classificazione e delle denominazioni seguenti:

- a) **Olio extra vergine di oliva :** olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 0.8 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria;
- b) **Olio di oliva vergine :** olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è al massimo di 2 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria;

c) **Olio di oliva lampante** : olio di oliva vergine la cui acidità libera, espressa in acido oleico, è superiore a 2 g per 100 g e/o avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria;

2. Olio di oliva raffinato: olio di oliva ottenuto dalla raffinazione dell'olio di oliva vergine, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 0.3 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria.

3. Olio di oliva - composto di oli di oliva raffinati e oli di oliva vergini: olio di oliva ottenuto dal taglio di olio di oliva raffinato con olio di oliva vergine diverso dall'olio lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria.

4. Olio di sansa di oliva greggio: olio ottenuto dalla sansa di oliva mediante trattamento con solventi o mediante processi fisici, oppure olio corrispondente all'olio di oliva lampante, fatte salve talune specifiche caratteristiche escluso l'olio ottenuto attraverso la riesterificazione e le miscele con oli d'altra natura, e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria.

5. Olio di sansa di oliva raffinato: olio ottenuto dalla raffinazione dell'olio di sansa di oliva greggio, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 0.3 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria.

6. Olio di sansa di oliva: olio ottenuto dal taglio di olio di sansa di oliva raffinato e di olio di oliva vergine diverso dall'olio lampante, con un tenore di acidità libera, espresso in acido oleico, non superiore a 1 g per 100 g e avente le altre caratteristiche conformi a quelle previste per questa categoria.

1.3.2 Analisi di qualità

La qualità riconosciuta agli oli extravergini di oliva è la risultante di due diversi ordini di indagine: da una parte le analisi chimico-fisiche, intese ad accertare la composizione della materia grassa e la sua acidità; dall'altra, le analisi organolettiche che riguardano le caratteristiche relative al gusto e/o all'odore. Per poter riportare le caratteristiche organolettiche in etichetta dell'olio extra oliva vergine occorre aver fatto il '*panel test*' (secondo il metodo previsto dal CEE, n.2568/91), che analizza l'olio dal punto di vista delle sue caratteristiche visive, olfattive e di gusto e ne valuta pregi e difetti.

Lo svolgimento delle analisi degli oli di oliva può avere diversi scopi: verificare la genuinità e la classificazione (la dicitura posta in etichetta deve rispettare i parametri imposti dalla legge); appurare la qualità (genuinità); evidenziare le risposdenze alle disposizioni particolari per i prodotti tipici. Gli oli di oliva possono essere fregiati di marchi di qualità, come il DOP (denominazione di origine protetta), l'IGP (indicazione geografica protetta) ed il STG (specialità tradizionale garantita). Questi tre marchi vengono dati dalla comunità europea sulla base di caratteristiche qualitative particolari.

Capitolo 2

Come viene prodotto l'olio di oliva

2.1 Fase della raccolta

La raccolta è un'operazione molto importante della coltivazione dell'olivo. Dal punto di vista della qualità del prodotto finale, il periodo e la tecnica della raccolta influiscono sull'acidità, sul numero di perossidi, sulla composizione delle sostanze fenoliche e steroliche, e quindi sulle caratteristiche organolettiche.

Una buona raccolta delle olive si ottiene nel lasso temporale in cui le olive si colorano dal verde al viola, questo perché rappresenta la fase di maturazione in cui all'interno dell'oliva è presente una maggiore quantità di olio e di sostanze fenoliche che daranno successivamente le qualità organolettiche e nutrizionali del prodotto finito.

2.1.1 Il periodo

Il periodo migliore in cui eseguire la raccolta è definito attraverso la valutazione della quantità e qualità e delle caratteristiche dei frutti. In genere il periodo va da ottobre a fine dicembre, variando e oscillando in base al territorio, al clima e alla tipologia di cultivar di oliva.

Per scoprire il periodo ottimale di raccolta delle olive dobbiamo conoscere i tre principali stadi di maturazione delle olive:

1. **Inolizione:** è il primo stadio di maturazione delle olive. Questa fase comincia in genere dalla seconda decade di agosto e continua sino a metà settembre: è il momento in cui l'oliva inizia a sviluppare grassi e il nocciolo si indurisce.
2. **Invaiaura:** è la fase successiva alla fine dell'inolizione. Questo è il momento in cui si

può osservare il cambiamento di colore del frutto che passando dal verde al rosso-violaceo e infine diventando brunastro. È in questo momento infatti che si ha la maggior concentrazione quantitativa di olio e delle sostanze fenoliche che danno le qualità organolettiche e nutrizionali all'olio.

3. Maturazione completa: alla fine della fase di invaiatura, quando le olive hanno raggiunto il tipico colore brunastro legato al loro sviluppo completo, si ha la maturazione vera e propria.

2.1.2 La tecnica

Le principali tecniche di raccolta delle olive sono le seguenti:

- La “bacchettatura o bacchiatura” è un metodo molto antico, consiste nel “bacchettare” i rami dell’ulivo con dei bastoni in modo da fare cadere le olive, queste vengono raccolte da reti poste per terra sotto la chioma degli alberi (oggi non viene praticamente più utilizzata).
- La “brucatura” consiste nel raccogliere le olive a mano direttamente dai rami. Questa tecnica è ideale per le piante basse, ha il grande vantaggio di non danneggiare le olive ed è indicata per produrre oli di massima qualità in quanto tutti i frutti vengono selezionati a mano singolarmente. In questo metodo meticoloso si utilizzano scale di vario tipo e altezza, rastrelli e pettini. Viene utilizzata anche per la raccolta di olive da mensa che non devono subire danni.
- la “pettinatura”, come suggerito dal nome, i rami degli olivi vengono passati più volte con gli strumenti simili a dei pettini che staccano le olive. Queste vengono raccolte da reti attaccate direttamente sotto gli alberi (Figura 2-1). Per tutte queste tecniche oggi esistono anche varianti meccaniche (elettriche, pneumatiche o con motore a scoppio) portate da operatori o da trattori a seconda delle dimensioni.



Figura 2- 1: Pettinatura

- La “scrollatura” o “scuotimento” è un metodo meccanico, nella quale le olive vengono raccolte grazie a dei bracci meccanici che avvolgono il tronco o i rami dell’albero percuotendoli (con vibrazioni di frequenza e ampiezza prestabilita) per alcuni secondi in modo blando e contenuto così da favorire la caduta dei frutti senza provocare danneggiamenti (Figura 2-2).



Figura 2- 2: Scuotitore

2.2 Fase della produzione dell'olio

Questa fase è un processo industriale di trasformazione agroalimentare, che ha per scopo l'estrazione dell'olio dalle olive. Tale trasformazione, attuata in una struttura detta oleificio, avviene in due fasi fondamentali: operazioni preliminari e ciclo dell'estrazione.

2.2.1 Operazioni preliminari

Prima dell'estrazione vera e propria le olive devono essere preparate con le operazioni preliminari. Si tratta di operazioni, fra la raccolta e la molitura, effettuate nel settore iniziale dell'oleificio. Queste operazioni sono effettuate con i seguenti lavori:

- **Pesatura:** viene effettuata dopo lo scarico dal mezzo di trasporto in cassette, bins o sacchi (da evitare per oli di qualità in quanto favoriscono fenomeni di fermentazione) nell'oleificio all'atto del conferimento.
- **Stoccaggio:** questa fase si svolge in parte nell'azienda olivicola allo scopo di raggiungere il quantitativo sufficiente per poi conferirlo all'oleificio per un ciclo di lavorazione (da limitare ad un massimo di 24 ore). In passato si stocavano le olive in sacchi di juta, attualmente si usano le cassette forate (Figura 2-3) o i bin nel caso di sistemi palettizzati, riducendo quanto più è possibile gli strati per migliorare l'aerazione delle olive e prevenire le fermentazioni. La qualità del prodotto finale dipende dallo stato di conservazione delle olive e dai tempi d'attesa (entro 24 ore).



Figura 2- 3: Cassette

- Lavaggio: si effettua mediante immersione delle olive in una vasca d'acqua o, nei moderni impianti, in apposite lavatrici che mantengono una movimentazione forzata dell'acqua per migliorare il risultato dell'operazione. Al termine dell'operazione le olive subiscono un'asciugatura per semplice sgrondo dell'acqua di lavaggio.

2.2.2 Ciclo di estrazione

In genere, qualsiasi sia la tipologia di impianto, le fasi principali del processo di estrazione sono le seguenti:

- Preparazione della pasta olearia;
- Condizionamento della pasta olearia;
- Separazione solido-liquido;
- Separazione liquido-liquido;

Preparazione della pasta olearia

Questa fase viene svolta con due sistemi fondamentali quali molitura con molazze (Figura 2-4) e frangitura a martelli o a coltelli (Figura 2-5 e Figura 2-6). Essa consiste nella rottura dei frutti, che vengono trasformati in una pasta omogenea dalle caratteristiche chimiche, fisiche e reologiche idonee alla successiva fase di gramolazione e di separazione delle fasi. La modalità con cui questa fase è seguita influenza fortemente la quantità e qualità dell'olio prodotto.



Figura 2- 4: Molazza



Figura 2- 5: Frangitore a martelli

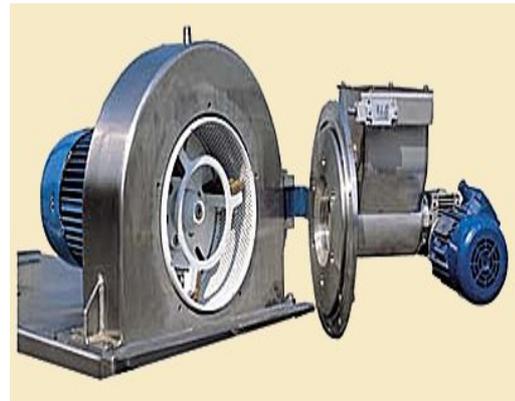


Figura 2- 6: Frangitore a dischi

Condizionamento della pasta olearia

Questa fase avviene nella macchina gramolatrice, consiste nel lento rimescolamento della pasta ottenuta dalla fase precedente, che abbia durata, temperatura e condizioni di atmosfera diverso a seconda della reologia della pasta in ingresso e della resa / qualità dell'olio che si intende ottenere. Questa fase dura fino quando la pasta è pronta per quella successiva di separazione della frazione acqua-olio dalla sansa (Figura 2-7).



Figura 2- 7: Gramolatrice

Separazione solido-liquido

La separazione delle parti solide dalle parti liquide nella pasta olearia può avvenire sfruttando tre diversi principali fisici:

- a) Il sistema della pressione, che opera mediante la forza premente (forza elevata);
- b) Il sistema del percolamento, che opera mediante la forza tensione superficiale (forza debole);
- c) Il sistema della centrifugazione, che opera mediante la forza centrifuga (forza elevata);

Separazione liquido-liquido

Il mosto oleoso, ottenuto dalla fase precedente, contiene sempre una quantità residua d'acqua che viene separata per effetto della differente densità dei due liquidi attraverso la centrifugazione. La macchina utilizzata è la centrifuga ad asse verticale.

Al processo è sottoposto sia il mosto d'olio ottenuto per spremitura o per centrifugazione orizzontale, sia l'acqua di vegetazione ottenuta dalla centrifugazione orizzontale.

L'olio finale ottenuto è pronto per le successive fasi di stoccaggio, filtrazione e confezionamento.

2.2.3 Confezionamento

La fase dell'imbottigliamento dell'olio si può definire come l'ultima operazione del processo oleario. Prima di procedere con l'imbottigliamento è assolutamente importante controllare la stabilità e la salute dell'olio. Quando l'olio di oliva viene imbottigliato, in base ai requisiti legali, l'etichetta è attaccata e la produzione di olio d'oliva è ufficialmente completata, quindi può essere venduto sul mercato.

Capitolo 3

L'olivo in Cina

3.1 Introduzione dell'olivicoltura

L'olivo (*Olea europaea*), pianta arborea dalla lunga vita, è diffuso nel mondo soprattutto nella fascia di territorio compresa tra il 30° e il 45° parallelo di latitudine nord, nell'emisfero boreale, e anche, ma in misura nettamente minore, nella corrispondente fascia caldo temperata dell'emisfero australe (tra il 30° e il 45° parallelo di latitudine sud). Più in particolare, la sua coltivazione è concentrata nei paesi del Mediterraneo dove, attualmente, si ottiene il 95%-97% della produzione mondiale di olive e di olio (Di Giovacchino, 2010).



Figura 3- 1: Areale di diffusione dell'Olivo

3.2 La storia dello sviluppo dell'olivo in Cina

Già nel 1907, un gruppo di missionari francesi introdusse la pianta dell'olivo nella provincia dello Yunnan. In Cina, il triennio 1963-1965 segnò una fase di transizione nella strategia di politica economica di Mao Zedong (Samarani, 2008), in particolare, la produzione agricola ed industriale attraversò una fase di sostanziale rivitalizzazione. In questo contesto, Zhou Enlai diede un forte contributo allo sviluppo dell'olivicoltura, avendo intuito le grandi potenzialità degli oliveti per migliorare il reddito degli agricoltori nelle zone povere. Il premier inviò alcuni agronomi cinesi in Albania, con lo scopo di apprendere la tecnica di impianto degli oliveti e di replicare il processo produttivo in Cina (Li Juzhen, 2010). Nel febbraio del 1964 il governo albanese donò alla Cina circa 10 mila piantine di olivo, tra cui famose cultivar “*Berat*”, “*Frantoio*” e “*Kalinjot*”, il Ministro degli Esteri di allora Zhou Enlai piantò la prima piantina (REMIN RIBAO, 1965). Il governo cinese attribuì una grande importanza alla decisione di introdurre questa nuova pianta, considerata successivamente come una fonte di salute e benessere. Negli anni il governo ha lanciato numerose iniziative atte allo sviluppo della coltivazione dell'olivo in alcune aree geografiche della Cina. Ciò nonostante, molto spesso gli olivi piantati si sono rivelati scarsamente produttivi, sia per la mancanza di adeguate pratiche agricole che per la scelta di aree non particolarmente adatte alla sua coltivazione.

3.3 Limiti per lo sviluppo della coltivazione in Cina

Le maggiori difficoltà riscontrate inizialmente nella coltivazione dell'olivo introdotto in Cina sono principalmente due: il clima e la composizione chimico-fisica del suolo (Xiao et. al., 2009).

L'olivo, come ogni specie, ha esigenze pedoclimatiche specifiche che possono variare leggermente a seconda della varietà. Per quanto riguarda il suolo, i risultati migliori della coltivazione si ottengono in suoli di medio impasto, franco sabbiosi, aventi un pH compreso tra 6,8 e 7,5. I terreni di questo tipo assicurano un buon equilibrio in termini di aerazione, permeabilità e capacità di ritenzione idrica. Tuttavia, i suoli sabbiosi hanno una ridotta capacità di trattenere i nutrienti e l'acqua, mentre quelli argillosi spesso non consentono un'adeguata

aerazione e, in pianura, possono essere soggetti a ristagno idrico, cui questa specie è molto sensibile.

Uno degli elementi climatici più importanti che condiziona i processi fisiologici delle piante è la temperatura. Questa pianta esprime al meglio le sue potenzialità tra i 22°C ed i 32°C. Quindi un clima mite è ideale per la sua coltivazione, in quanto non sono presenti escursioni repentine di temperatura e i livelli minimi non scendono al di sotto di -8°C, queste condizioni permettono la sopravvivenza e la produttività della pianta. Un altro aspetto da considerare riguarda non solo le temperature minime invernali che rappresentano il fattore più importante per l'olivo, ma anche le gelate tardive (inizio primavera) e/o precoci (autunnali) possono essere molto dannose per l'olivo appena pochi gradi sotto 0 °C.

Tuttavia, anche temperature molto elevate possono compromettere l'efficienza fisiologica della pianta perché temperature superiori ai 32°C bloccano la normale fisiologia dell'olivo (Barone, 2013), mentre una temperatura tra i 44°C ed i 50°C causa uno stress da caldo e questo provoca dei danni irreversibili alla pianta, soprattutto se sono associati a situazioni di carenza idrica.

La coltivazione dell'olivo è legata al clima mediterraneo, caratterizzato da inverni miti, estati calde e secche e precipitazioni concentrate nel periodo autunno-primaverile (Caricato et al., 2005). In Cina, invece, la maggior parte delle regioni adatte alla coltivazione dell'olivo sono di clima monsonico subtropicale e di clima monsonico temperato, caratterizzato da estati calde e umide e inverni freddi e secchi (Xiao et al., 2009). Le frequenti gelate durante l'inverno e la primavera in Cina possono limitare la crescita degli olivi. Inoltre, la stagione delle piogge è tipica del periodo estivo, contrariamente a quanto si verifica sul Mediterraneo (Schmidt Glintzer, 2011). Le forti piogge estive comportano un ostacolo per la produzione di olive, poiché causano una eccessiva crescita degli alberi, soffocando così la crescita riproduttiva: il rischio diretto è che la pianta produca pochi frutti o addirittura non ne produca (Drocco, 2015).

Per quanto riguarda il suolo, la pianta dell'olivo ha una buona produttività se impiantato in terreni fertili e ricchi di calcio (Weiyang Xu, 2004), inoltre, le sue radici superficiali richiedono

una buona aerazione del terreno. Nell'area mediterranea, il terreno delle aree di coltivazione è di tipo sabbioso e contiene calcio in quantità molto elevata. In Cina, invece, il suolo delle zone subtropicali è prevalentemente argilloso, acido e povero di calcio (Weiyang Xu, 2004).

Un altro aspetto da valutare è il sistema di aerazione:

- gli olivi piantati in terreni sabbiosi possiedono un sistema di radici sviluppato, il che influenza positivamente la produttività, in quanto permettono all'olivo di assorbire in modo più efficiente sostanze nutritive dal terreno (Merzi et al., 1997).
- gli olivi piantati nei terreni argillosi, a causa della scarsa aerazione, mostrano forti effetti negativi sulla produzione e sulla crescita, perché le radici non riescono a svilupparsi in questo tipo di terreno.

Pertanto, i terreni più adatti per la coltivazione di olivo dovrebbero essere sabbiosi e con un'elevata quantità di calcio, come si trovano nell'area mediterranea (Drocco, 2015).

3.4 Aree idonee e principali cultivar

Nonostante gli ostacoli sopra citati relativi alla produttività dell'olivo, tuttavia, in base agli studi effettuati, i ricercatori hanno evidenziato alcune aree che, per combinazione di condizioni climatiche e proprietà fisico-chimiche del suolo, risultano idonee per la crescita dell'olivo (Xiao et al., 2009).

Nella determinazione delle aree idonee alla crescita in Cina, si è posta l'attenzione anche su altri tre fattori. In primo luogo, l'umidità relativa annuale dovrebbe essere inferiore al 70%, poiché un'umidità relativa troppo elevata può facilmente causare malattie e il proliferare di parassiti. In secondo luogo, le precipitazioni annuali dovrebbero essere inferiori a 900 mm, poiché l'apparato radicale dell'olivo è molto sensibile all'eccessiva umidità del suolo. Pertanto, nei luoghi in cui le precipitazioni sono elevate, l'apparato radicale è poco sviluppato. Infine, il terzo fattore è costituito dalle ore annuali di luce che la pianta riceve, una situazione ideale sarebbe un numero superiore a 1900 ore, perché un numero inferiore di ore di sole potrebbe incidere sulla raccolta e sul contenuto di olio nelle olive.

Secondo i tre punti sopra esplicitati, le aree geografiche cinesi idonee allo sviluppo della coltivazione dell'olivo in Cina possono essere suddivise in: aree idonee (A), aree sub-idonee (B), aree marginali idonee (C) (Zongming Shi et al., 2011).

Tabella 3- 1: Fattori climatici chiave delle regioni per la coltivazione dell'olivo in Cina

表 5 中国油橄榄适生区划关键生态因子指标
Table 5 Key climatic factors of the regions for growing olive in China

| 气候因子 Climatic factor | 适生区 (A) Suitable region | 次适生区 (B) Sub-suitable region | 边缘适生区 (C) Marginal region |
|-----------------------------------|----------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| 年相对湿度 Annual relative humidity /% | <70 | 70 ~ 75 | >75 |
| 年降水量 Annual precipitation /mm | <900 | 900 ~ 1 100 | >1 100 |
| 年日照时数 Annual sunshine hours /h | >1 900 | 1 900 ~ 1 500 | <1 500 |

Tabella 3- 2: Schema delle regioni idonee di coltivazione dell'oliva in Cina¹

表 6 中国油橄榄适生区划
Table 6 Scheme of suitable growing region of olive in China

| 地名 Locality | 区域 Region | 年相对 湿度 RH% | 评价 等级 Grade | 年降水量 Precipitation /mm | 评价 等级 Grade | 年日照时数 Year sunshine hours /h | 评价 等级 Grade | 资料年代 Years recorded | 综合评价 General evaluation |
|-----------------|--------------------------------------|------------------|-------------------|------------------------------|-------------------|------------------------------------|-------------------|---------------------------|-------------------------------|
| 武都 Wudu | 白龙江低山河谷区 Bailongjiang dry Valley | 61 | A | 474.0 | A | 1911.7 | A | 1952-1990 | A |
| 城固 Chenggu | 汉中盆地 Hanzhong Basin | 79 | C | 754.2 | A | 1641.9 | B | 1971-1977 | B |
| 广元 Guangyuan | 四川盆地边缘区 Border of Sichuan Basin | 69 | A | 991.8 | B | 1349.1 | C | 1951-1992 | B |
| 巴东 Badong | 三峡低山河谷 Sanxia valley area | 70 | B | 1071.6 | B | 1551.7 | B | 1965-1974 | B |
| 宜昌 Yichang | 长江中游河谷区 Valley area of Changjiang | 77 | C | 1143.1 | C | 1650.4 | B | 1965-1970 | C |
| 西昌 Xichang | 金沙江干旱河谷区 Jinshajiang dry Valley | 61 | A | 1012.8 | B | 2421.8 | A | 1961-1980 | A |
| 永胜 Yongsheng | 金沙江干旱河谷区 Jinshajiang dry Valley | 63 | A | 925.8 | B | 2400.1 | A | 1954-1980 | A |
| 永仁 Yongren | 金沙江干旱河谷区 Jinshajiang dry Valley | 61 | A | 833.9 | A | 2824.4 | A | 1956-1980 | A |
| 宾川 Binchuan | 金沙江干旱河谷区 Jinshajiang dry Valley | 63 | A | 573.6 | A | 2718.7 | A | 1954-1980 | A |
| 昆明 Kunming | 滇中高原 Centre of Yunnan Plateau | 73 | B | 1006.5 | B | 2470.3 | A | 1951-1980 | B |

Fonte: *Plant Diversity and Resources*, 2011

Sulla base della Tabella 3-2, i risultati sono seguenti:

(A) Sono aree idonee per la coltivazione delle olive:

¹ se 2 dei 3 indicatori nella tabella sono A, possono essere classificati come aree idonee (A) e se ci sono 2 indicatori di B o 3 indicatori sono rispettivamente A, B e C, vengono classificati come aree sub-idonee (B), se due indicatori sono C, vengono classificati come aree marginali idonee (C).

- L'area arida della valle del fiume Bailong rappresentata da Wudu nel sud del Gansu;
 - l'area arida della valle del fiume Jinsha rappresentata da Xichang nel Sichuan sud-occidentale;
 - Binchuan, Yongsheng e Yongren nello Yunnan nord-occidentale.
- (B) Sono aree sub-adatte per la coltivazione delle olive:
- Il bacino di Hanzhong rappresentato da Shaanxi Chenggu;
 - la zona collinare sul bordo nord-occidentale del bacino rappresentata dal Sichuan Guangyuan;
 - la valle della bassa montagna delle Tre Gole rappresentata da Hubei Badong (incluso Wushan a Chongqing);
 - L'area centrale dell'altopiano dello Yunnan rappresentata da Kunming.
- (C) Le aree marginali idonee sono il tratto medio e inferiore del fiume Yangtze, rappresentato da Yichang, Hubei.

Al fine di promuovere lo sviluppo dell'olivo in Cina, oltre a studiare le aree adatte alla coltivazione dell'olivo, dovrebbe essere presa in considerazione anche la selezione delle varietà.

Attualmente, la superficie coltivata ad olivo nel mondo è superiore a 10,5 milioni di ettari. Ci sono circa 500 cultivar di olive da olio nel mondo. I dati mostrano che nel 2018 la superficie ad olivicoltura in Cina ha raggiunto 396 mila ettari (Huaon.com, 2018), con oltre 100 cultivar introdotte. Tra le varietà più comuni in Cina vanno citate le cultivar "Leccino", "Berat", "Picual", "Gordal", "Manzanillo", "Picholine", "Pendolino", "Frantoio", ecc (Zongming Shi, 2011).

Prendiamo due esempi dell'area del fiume Jinsha e del distretto di Wudu. Nella zona della valle del fiume Jinsha, per l'alta temperatura nell'area e non troppo freddo in inverno si concentra l'introduzione di varietà straniere resistenti al calore, come la cultivar "picual" dalla Spagna meridionale, la cultivar "coratina" dal sud Italia e la cultivar "kalinito" dal sud dell'Albania, ecc (Zongming Shi et al., 2011). Il distretto di Wudu ha caratteristiche climatiche con estati calde e umide e gli inverni secchi e freddi, la temperatura media annuale è di 14,9 °C, T ° max è di 39,0 °

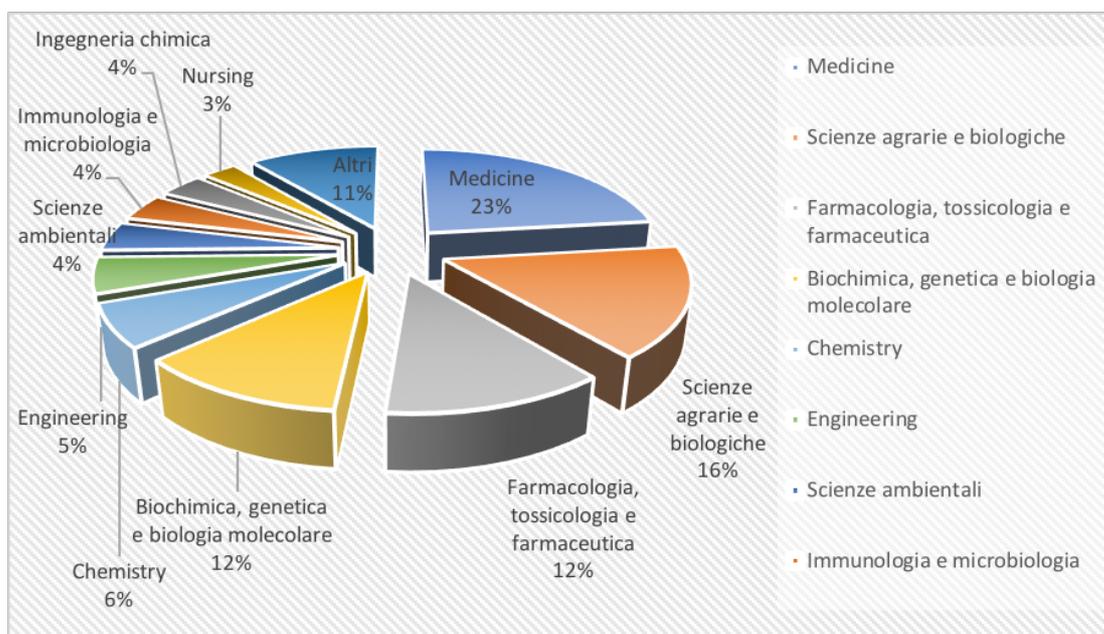
C e T ° min di -8,6 ° C (Feng Zhao, 2014), per questi motivi, Wudu dovrebbe concentrarsi sull'introduzione di varietà resistenti alla siccità e al freddo, come le cultivar “ *Frantoio*”, “ *Leccino*”, “ *Picual*”, “ *Ezhi8*”, “ *Arbequina*”, ecc. Secondo gli studi degli esperti del campo anche “ *Arbosana*” avrà grande potenziale per la coltivazione in Wudu (Wang et al., 2018).

Capitolo 4

Il mercato dell'olio di oliva: il contesto internazionale e una analisi del mercato cinese

In questa parte lavoriamo principalmente su due aspetti: uno è l'analisi del mercato internazionale dell'olio di oliva; e l'altro è la ricerca del mercato cinese dell'olio di oliva. Per svolgere la parte sull'analisi relativo al mercato cinese dell'olio di oliva ho consultato la banca dati Scopus, ho riscontrato che non c'è molta letteratura scientifica su tale aspetto. Dal grafico sottostante, mostrando la proporzione della letteratura scientifica relativa alla parola chiave "Olive oil chin*", è possibile osservare chiaramente che i risultati ottenuti di tale parola ricercata si riferiva il 23% alla medicina, il 16% alle scienze agrarie e biologiche, una gran parte è anche riferita alla farmacologia, biochimica, ecc, mentre ci sono pochissimi articoli scientifici relativi al tema economico.

Grafico 4- 1: Letteratura scientifica per categoria tematica (n. totale 361)



Fonte: ns. elaborazione su dati Scopus

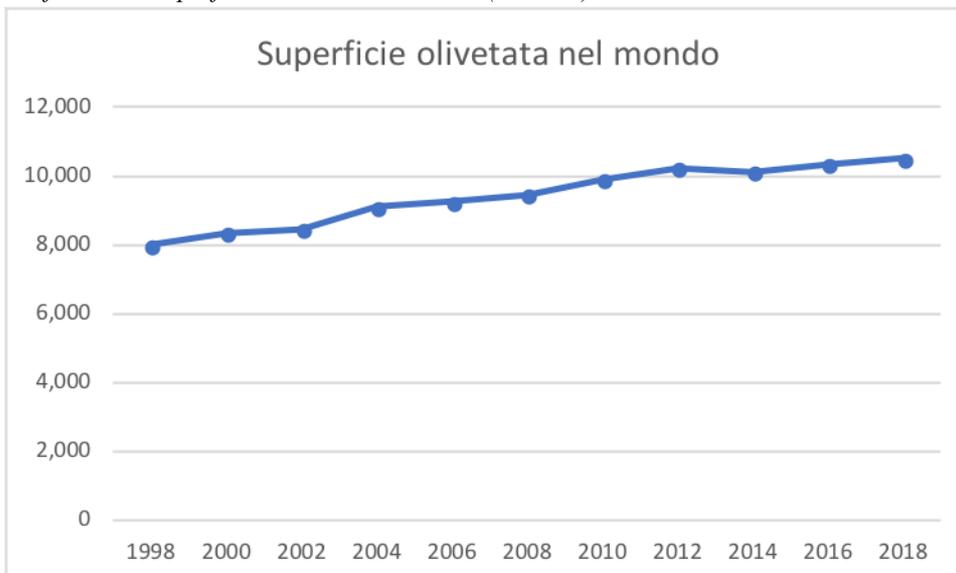
4.1 Il mercato internazionale

Con i crescenti consumi di olio di oliva la cooperazione commerciale internazionale di tale settore è stata ulteriormente rafforzata. Ciò ha notevolmente aumentato la domanda dei paesi che dipendono principalmente dalle importazioni (come Stati Uniti, Brasile, Giappone e Cina), spingendo così i mercati di esportazione dei paesi produttori di olio d'oliva a prosperare.

4.1.1 La produzione

Gli olivi vengono piantati principalmente nelle latitudini nord e sud da 30° a 45 °, soprattutto nel bacino del Mediterraneo. Negli ultimi decenni, l'area di coltivazione dell'olio di oliva è in aumento, con riferimento al biennio 2017/2018, la superficie investita a olivo nel mondo è risultata essere superiore a 10,5 milioni di ettari (FAO, 2018).

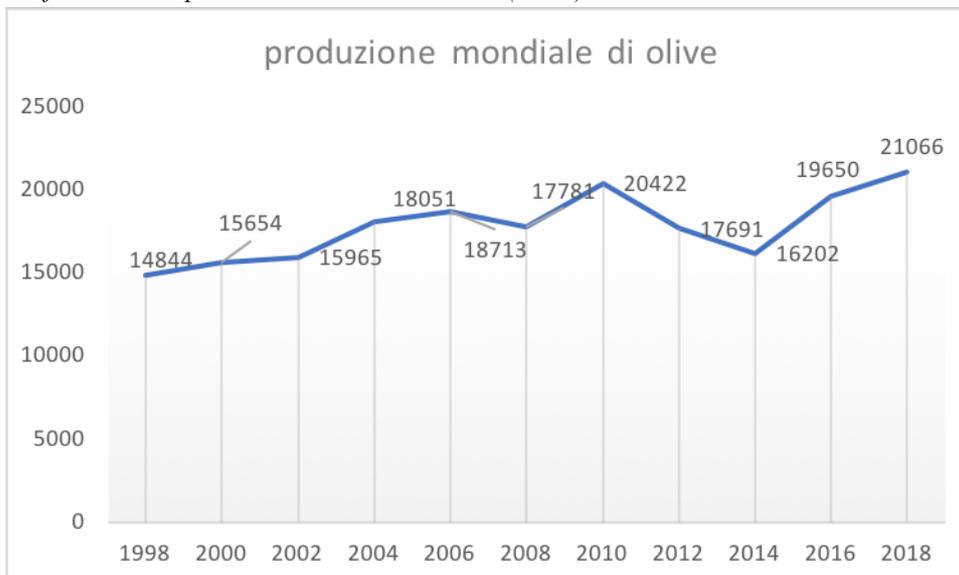
Grafico 4- 2: Superficie olivetata nel mondo (1000 ha)



Fonte: ns. elaborazione su dati FAO

Sulla base delle statistiche sopra riportate, dato che nel 1998 la superficie olivetata nel mondo era pari a circa 8 milioni di ettari, mentre nel 2018 ha raggiunto 10,5 milioni di ettari, si osserva facilmente che nell'ultimo ventennio tale numero è cresciuto e il ritmo medio annuo con il quale la superficie olivetata è aumentata è di circa 1,3%.

Grafico 4- 3: La produzione mondiale di olive (1000t)



Fonte: ns. elaborazione su dati FAO

Come conseguenza dell'aumento di superficie, la produzione di olive è aumentata di conseguenza. Facendo riferimento al Grafico 4-3, secondo i dati FAO nel 2018, si è registrata una produzione di olive di circa 21 milioni di tonnellate nel mondo, mentre nel 1998 la produzione mondiale di olive registrata era all'incirca di 14,8 milioni di tonnellate, quindi si osserva che negli ultimi vent'anni le produzioni mondiali sono incrementate al ritmo medio annuo del 1,7%.

Il tasso di crescita medio annuo della produzione di olive è leggermente superiore a quello della superficie, ciò sta a testimoniare che si è riscontrato un incremento della produttività, in termini di resa produttiva per ettari.

Allo stesso tempo, è cresciuta notevolmente la produzione di olio di oliva, nel 2018 la produzione totale mondiale è stata registrata vicina ai 3,2 milioni di tonnellate. Di cui la Spagna è il maggiore produttore mondiale, la produzione annuale ha raggiunto circa 1,8 milioni, quasi il 56% della produzione mondiale (tabella 4-1). Invece, secondo i dati dell'Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA), la produzione di olio di oliva in Italia nel 2018 si è più che dimezzata, passando dalle 429 mila tonnellate del 2017 a 173 mila tonnellate, a causa del batterio Xylella e del maltempo.

Per quanto riguarda altri paesi del Mediterraneo, la Grecia, la Tunisia, la Turchia e il Marocco sono i quattro paesi produttori più importanti. Nella campagna 2018/2019, le produzioni di questi quattro paesi hanno raggiunto rispettivamente un livello di 185, 140, 193 e 200 mila tonnellate.

Tabella 4- 1: Elenco dei primi 7 paesi produttori mondiali di olio di oliva

| La produzione di olio d'oliva (1.000 t) . | | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Paese | 1998 | 2000 | 2002 | 2004 | 2006 | 2008 | 2010 | 2012 | 2014 | 2016 | 2018 |
| Spagna | 792 | 974 | 861 | 990 | 1111 | 1030 | 1392 | 618 | 842 | 1290 | 1790 |
| Italia | 403 | 509 | 634 | 879 | 490 | 540 | 440 | 415 | 222 | 182 | 173 |
| Grecia | 473 | 430 | 414 | 435 | 370 | 305 | 301 | 358 | 300 | 195 | 185 |
| Tunisia | 215 | 130 | 72 | 130 | 160 | 160 | 120 | 220 | 240 | 100 | 140 |
| Turchia | 170 | 175 | 140 | 145 | 165 | 130 | 160 | 195 | 160 | 178 | 193 |
| Siria | 115 | 165 | 165 | 175 | 154 | 130 | 180 | 175 | 105 | 110 | 100 |
| Marocco | 65 | 35 | 45 | 50 | 75 | 85 | 130 | 100 | 120 | 110 | 200 |
| Totale mon. | 2403 | 2566 | 2496 | 3013 | 2767 | 2670 | 3075 | 2402 | 2458 | 2562 | 3218 |

Fonte: ns. elaborazione su dati COI

4.1.2 Il consumo

Secondo i dati COI (Tabella 4-2), per la campagna 2018/2019 il volume di consumo mondiale pari a circa 2,9 milioni di tonnellate, mostrando con una leggera diminuzione del 4,3% rispetto alla campagna precedente. Le aree di consumo più importanti si riferiscono all'Unione Europea e agli Stati Uniti, infatti sono i primi della lista delle aree di consumo dell'olio di oliva, rispettivamente con una quota del 49% e del 11% del totale dei consumi.

In dettaglio, l'Unione Europea si attesta su un livello di consumi pari a circa 1,4 milioni di tonnellate, con un evidente calo del 10,2% rispetto alla scorsa campagna, mentre per gli Stati Uniti si riscontra un aumento del 5,1%. All'interno del dato dell'Unione Europea, il consumo si concentra principalmente nei paesi produttori di olio di oliva, e soprattutto in Italia e Spagna. Vale la pena menzionare che nell'annata 2018/2019 i dati del COI indicano un livello dell'Italia di consumo circa 400 mila tonnellate, mostrando un calo notevole del 31,3% rispetto alla campagna precedente.

Negli ultimi anni Giappone, Cina e Brasile hanno registrato buoni risultati nel consumo di olio di oliva e sono in costante aumento.

Tabella 4- 2: Evoluzione dei consumi di olio di oliva nei principali mercati mondiali (1.000 t)

| Paese | 2016/2017 | 2017/2018 | 2018/2019 (Prov.) | Var% (2018/2017) |
|----------------|-----------|-----------|-------------------|---------------------|
| Unione Europea | 1.402 | 1.595 | 1.432 | -10.2% |
| Italia | 438 | 580 | 398.7 | -31.3% |
| Spagna | 442 | 478 | 514.8 | 7.7% |
| Grecia | 105 | 130 | 123.1 | -5.3% |
| Stati Uniti | 315 | 315 | 331 | 5.1% |
| Turchia | 150 | 176.5 | 163 | -7.6% |
| Brasile | 59.5 | 76.5 | 86 | 12.4% |
| Morocco | 120 | 120 | 150 | 25.0% |
| Giappone | 54.5 | 55.5 | 69 | 24.3% |
| Cina | 44 | 44 | 51.5 | 17.0% |
| Mondo | 2.726 | 3.039 | 2.909 | -4.3% |

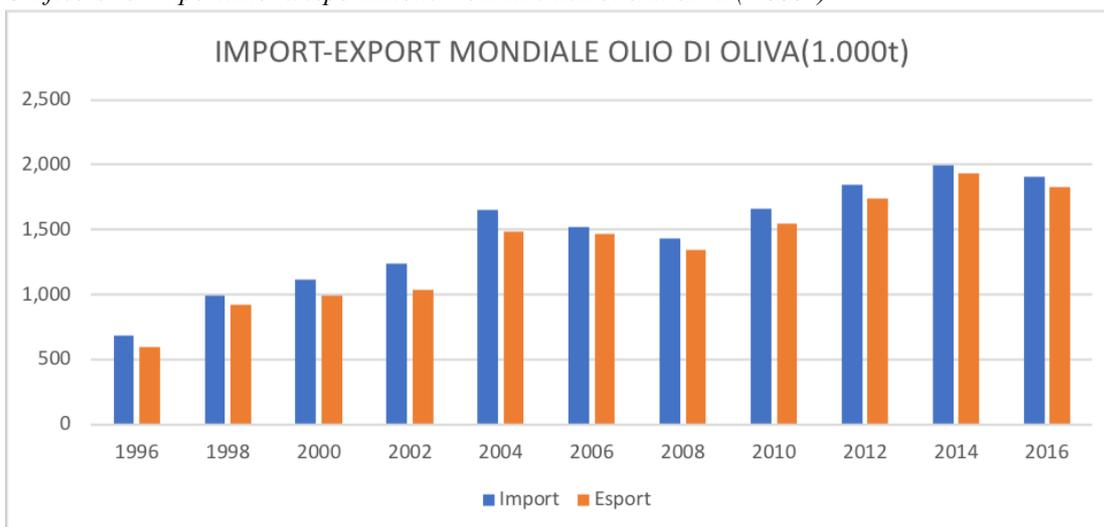
Fonte: ns. elaborazione su dati COI

4.1.3 Mercato internazionale

Nell'ultimo ventennio le esportazioni e le importazioni del mercato internazionale dell'olio di oliva è triplicata in termini di volumi (Grafico 4-4).

Dal 1996 al 2016 il volume delle esportazioni aumenta gradualmente in una piccola margine di fluttuazioni. Il picco delle esportazioni è avvenuto nel 2014, per un valore pari a circa 1,9 milioni di tonnellate, mentre la quota di esportazioni 2016 è stata pari a 1,8 milioni di tonnellate, il volume di esportazioni si è leggermente diminuito. Il flusso commerciale di importazioni nella campagna 2016/2017 è stato pari a circa 1,9 milioni di tonnellate, evidenziando una situazione di minor calo pari al 1% rispetto alla campagna precedente.

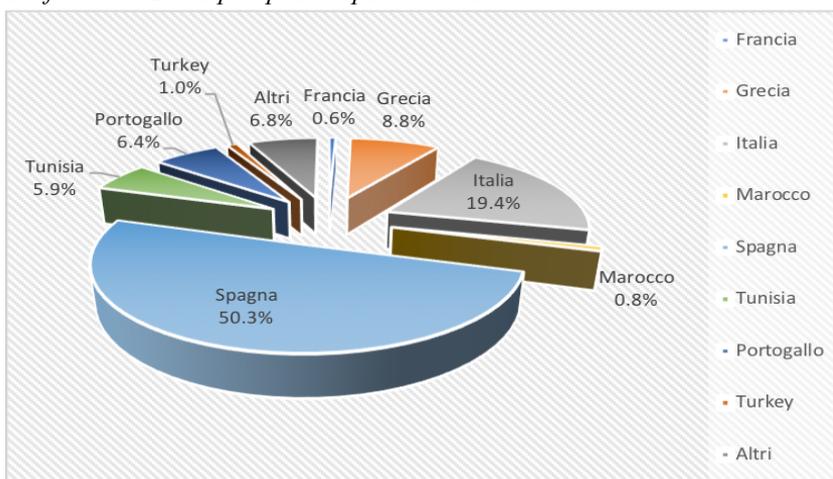
Grafico 4- 4: Importazione/esportazione mondiale dell'olio di oliva (1.000 t)



Fonte: ns. elaborazione su dati FAO

Secondo i dati FAO 2016 (Grafico 4-5) , la Spagna è il più grande esportatore realizzando una quota di esportazione pari a 921 mila tonnellate, quasi il 50,3% della esportazione mondiale totale, ed è un meritato leader del settore. Seguono, al secondo posto, l'Italia ed, al terzo posto, la Grecia, nell'annata 2016/2017, il loro livello dell'esportazione è stato rispettivamente di circa 354 mila tonnellate (19,4%) e 161 mila tonnellate (8,8%).

Grafico 4- 5: Principali paesi esportatori nel mondo

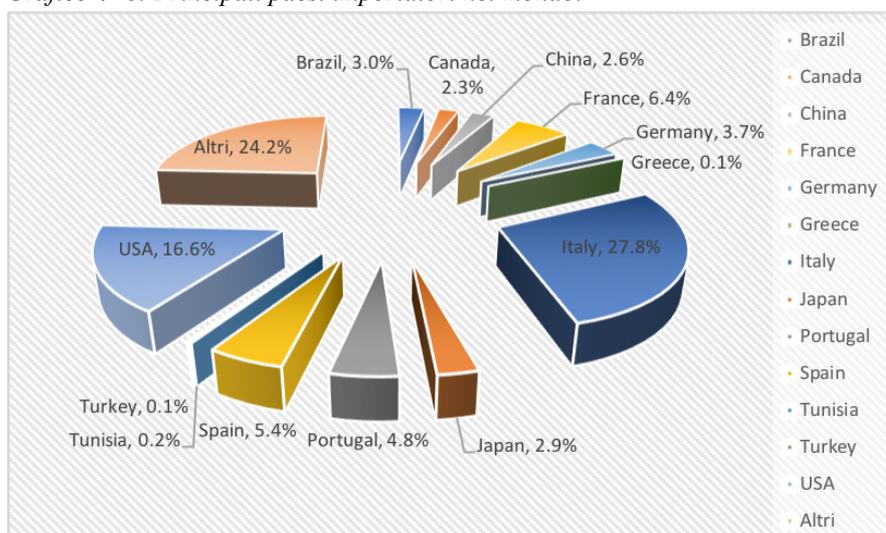


Fonte: ns. elaborazione su dati FAO 2016

Dal grafico 4-6 si può osservare che l'Italia è il più grande paese importatore in termini di volume, infatti nell'anno 2016, aveva una quota di circa il 28%, mentre il secondo posto è occupato dagli Stati Uniti con circa il 17% e seguono la Francia, la Spagna e il Portogallo, con quote rispettivamente del 6%, 5% e del 5%.

Tra i paesi importatori extra UE ci sono il Giappone e la Cina con entrambi una quota quasi del 3% del totale dell'importazione mondiale.

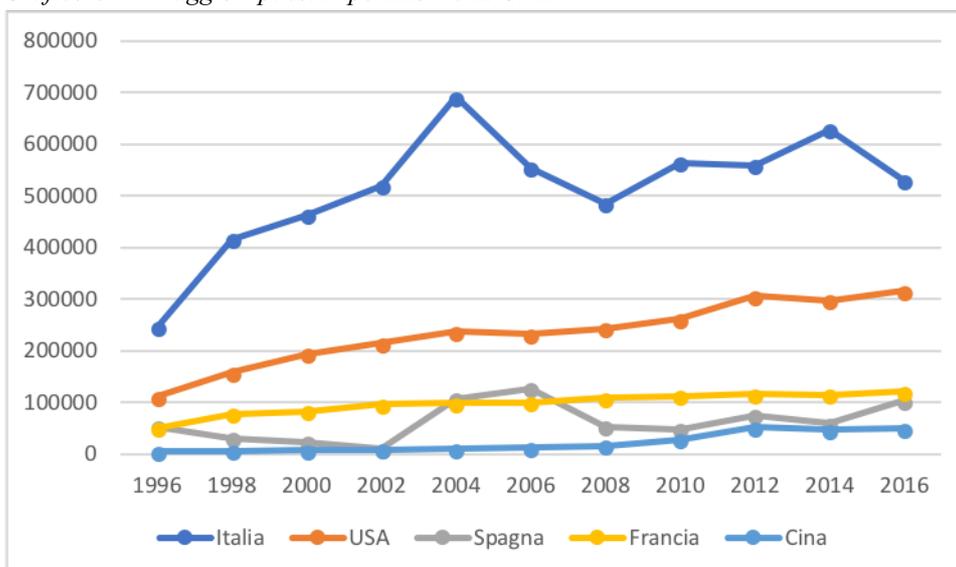
Grafico 4- 6: Principali paesi importatori nel mondo.



Fonte: ns. elaborazione su dati FAO 2016

Da un'analisi basata su dati dettagliati dei principali paesi importatori (Grafico 4-7) si osserva chiaramente che, nell'ultimo ventennio, il volume delle importazioni di due paesi che hanno mostrato una continua tendenza al rialzo, sono gli Stati Uniti e la Cina. Gli Stati Uniti si collocano al secondo posto tra i maggiori importatori al mondo con una quota 316,840 tonnellate nell'annata 2016/2017.

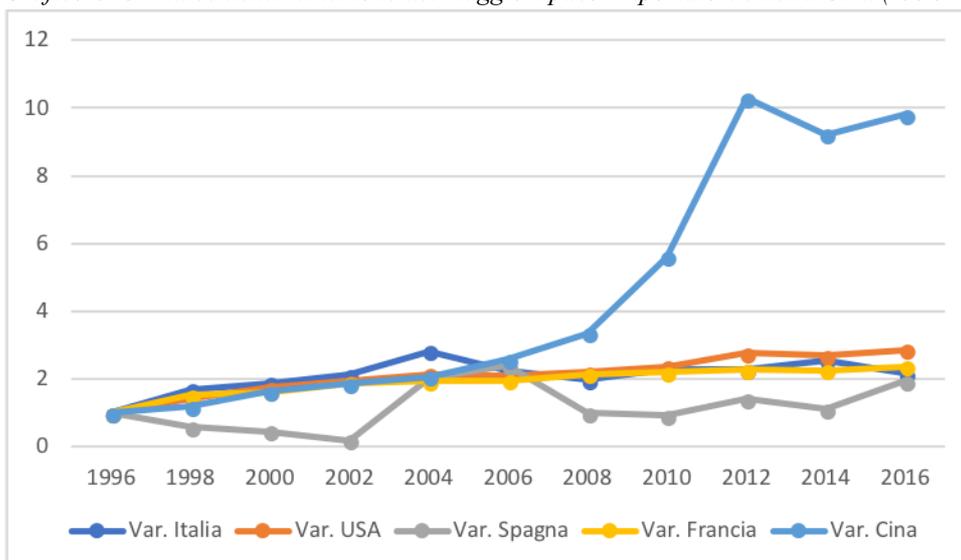
Grafico 4- 7: Maggiori paesi importatori e la Cina



Fonte: ns. elaborazione su dati FAO

In Cina, invece, a causa della breve storia dei consumi di olio di oliva, il volume delle importazioni non è particolarmente rilevante rispetto ad altri principali paesi importatori. Infatti, nell'annata 2016/2017 ha avuto un volume di 50 mila tonnellate, che rappresenta solo il 2,6% del totale della quota mondiale. Ma è interessante osservare che, dal 1996 al 2012, i volumi di importazioni hanno fatto un balzo in avanti in termini relativi (Grafico 4-8). Successivamente nell'annata 2012/2013 la quota era pari a circa 52 mila tonnellate, un incremento del 23% rispetto all'anno precedente, ma dal 2012 al 2016 il tasso di crescita è rallentato.

Grafico 4- 8: Indice della variazione dei maggiori paesi importatori e della Cina (1996=1)



Fonte: ns. elaborazione su dati FAO

Sulla base delle precedenti analisi si osserva che l'importazione aggregata ha avuto una crescita graduale, questo contributo viene dato sia dai paesi sviluppati che da quelli in via di sviluppo. Il fattore chiave per il futuro del mercato internazionale degli oli di oliva sembra essere l'espansione delle domande (Maria Rosaria Pupo D'Andrea, 2011). La domanda guida la produzione e ciò si vede dal fatto che il volume delle importazioni mostra il consumo e la domanda dei paesi.

L'analisi di questi dati permette di prevedere la direzione del mercato internazionale, stimare il potenziale di mercato di ciascun paese, in modo da adeguare la strategia di esportazione dei principali paesi produttori e promuovere il buono sviluppo del settore dell'olio di oliva.

4.2 Il mercato cinese

A livello mondiale, la produzione dell'olio di oliva si concentra nelle regioni del Mediterraneo, in particolare in Spagna, in Italia e in Grecia, circa il 70% della produzione totale di olive proviene dai paesi del Mediterraneo, di cui circa il 30% può essere reso disponibile per l'esportazione in altri paesi (McEvoy et al. 1999). Pertanto, l'espansione del sistema industriale olivicolo e il mercato olivicolo internazionale sono in costante aumento. La dinamica evolutiva della produzione e del consumo è risultata in tendenziale aumento a partire dal 1970 e fino ai primi

anni '90, mentre, una forte impennata, tanto nei consumi quanto nella produzione, è stata registrata a partire dalla metà degli anni '90 (International Olive Oil Council, 2009). Nonostante negli anni più recenti il consumo dell'olio di oliva nei paesi produttori sia cresciuto a ritmi non particolarmente sostenuti, nei nuovi mercati come quello degli Stati Uniti, del Giappone e della Cina, il consumo è aumentato assai più velocemente.

In Cina, a causa della breve storia della coltivazione dell'olivo, la produzione interna non può soddisfare la crescente domanda, quindi, il consumo di olio di oliva cinese dipende principalmente dalle importazioni. Con lo sviluppo dell'economia cinese, il tenore di vita delle persone è in aumento e nello stesso tempo esse sono più attente ai concetti come la salute, la sostenibilità, la sicurezza, la qualità del cibo. La crescente domanda interna di olio di oliva sta spingendo lo sviluppo del mercato interno. Negli ultimi anni le importazioni cinesi di olio di oliva sono aumentate notevolmente e ora la Cina è diventata un mercato target per il quale competono diversi paesi esportatori.

4.2.1 La produzione

Attualmente, in Cina, gli olivi vengono introdotte e coltivate a Gansu, Sichuan, Yunnan, Chongqing, Shaanxi, Hubei, Hunan, Zhejiang, Guangdong, Guizhou e in altre città (Figura 4-1).



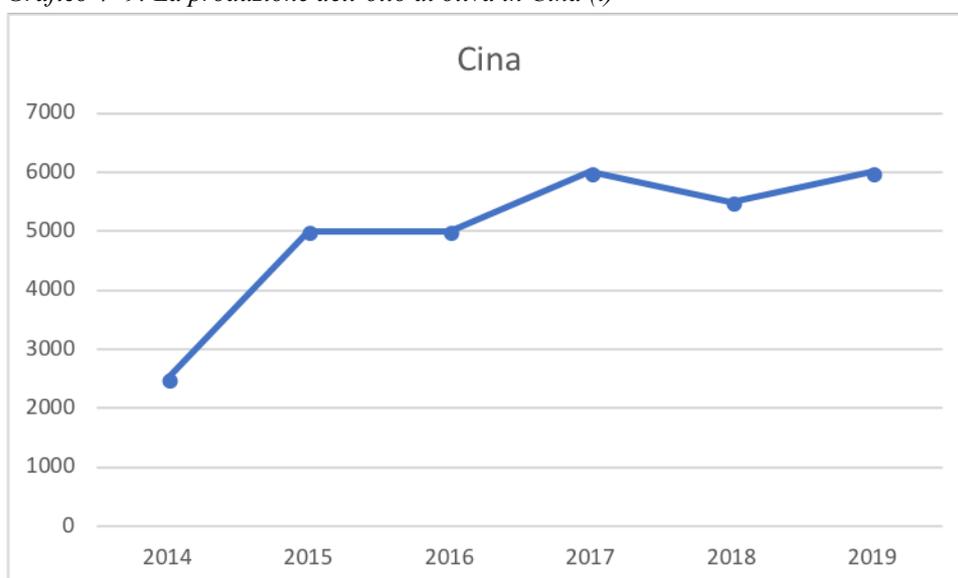
Figura 4- 1: Le aree coltivate degli olivi in Cina

Nel 2015, l'area di coltivazione totale ha raggiunto 71 mila di ettari, pari allo 0,16% della superficie forestale economica totale nel paese, producendo 5,4 mila tonnellate di olio di oliva, con un valore complessivo della produzione di 1,59 miliardi yuan.

Tra queste, l'area dell'olivo di Gansu è di 36 mila di ettari (pari al 50,6% della superficie totale del paese): con una produzione di frutta fresca di 25,9 mila tonnellate, pari al 69% della produzione totale nazionale; una produzione di olio di oliva vergine di 3,885 tonnellate, pari al 71,8% della produzione totale nazionale; ed un valore complessivo della produzione di 1.19 miliardi Yuan, che rappresenta il 74,5% del valore della produzione totale del paese (Zhang, et al., 2017).

Come si osserva dal grafico 4-9, la stima del COI, per la campagna 2019/2020, indica un livello della produzione cinese pari a circa di 6 mila tonnellate, 0.2% della produzione mondiale, mostrando un aumento del 9% rispetto alla campagna precedente. Considerando gli ultimi 5 anni, si osserva che il ritmo medio annuo con il quale la produzione dell'olio di oliva è aumentata è di circa 19%.

Grafico 4- 9: La produzione dell'olio di oliva in Cina (t)



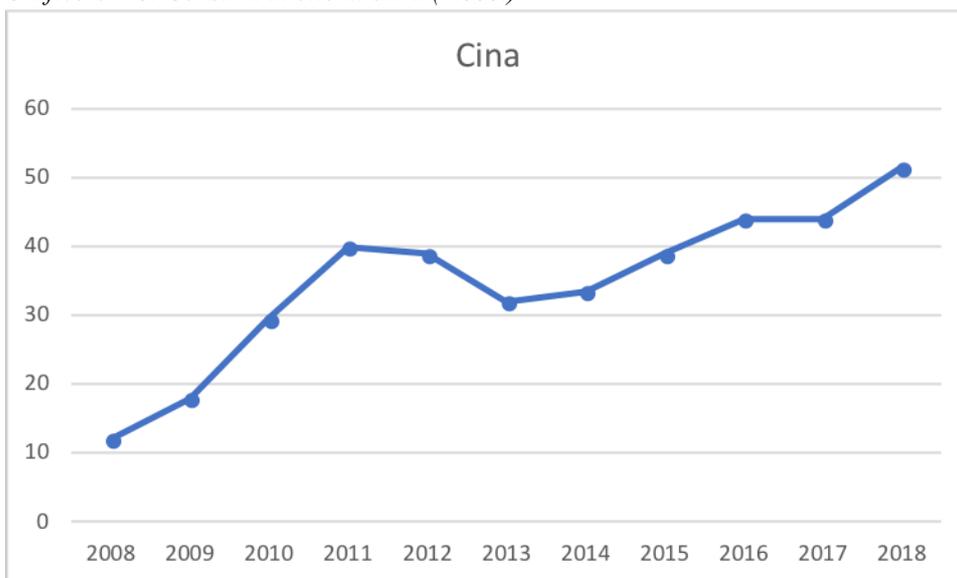
Fonte: ns. elaborazione su dati COI

4.2.2 Il consumo

In Cina, i consumatori che acquistano l'olio extravergine di oliva sono le persone con un tenore di vita alto che desiderano consumare alimenti di buona qualità per una salute migliore. Tuttavia, c'è ancora una considerevole mancanza di attenzione e conoscenza in merito all'olio extravergine di oliva tra il popolo cinese. La maggior parte dei cinesi non conosce ancora l'uso dell'olio di oliva e preferiscono di più altri oli alimentari (olio di soia, olio di colza, ecc.). A causa di prezzi elevati dell'olio extravergine di oliva, il potenziale gruppo di consumatori è principalmente persone con un certo livello di reddito e livello di istruzione. Questo potrebbe essere il motivo per cui il consumo di olio di oliva si concentra principalmente sulle grandi e medie città della Cina, in particolare Pechino, Shanghai, Canton, Shenzhen, Tianjin, Xian e Chengdu, ecc (Wang, 2019).

Attraverso dati COI, possiamo osservare la situazione del consumo di olio di oliva in Cina negli ultimi dieci anni, infatti in questo periodo, come si osserva dal grafico 4-10, tali livelli sono cresciuti notevolmente. Ad esempio, nell'annata 2008/2009 è stato registrato un consumo di 12 mila tonnellate, invece, nell'annata 2018/2019 ha raggiunto un livello di circa 52 mila tonnellate, quindi nell'arco di dieci anni essa è più che quadruplicata. Sempre nell'ultimo decennio, i consumi di olio di oliva sono incrementati al ritmo medio annuo del 16%, se questo tasso di crescita potrebbe essere mantenuto, allora non c'è dubbio che in futuro il consumo di olio di oliva in Cina sarà molto elevato.

Grafico 4- 10: Consumi di olio di oliva (1.000t)



Fonte: ns. elaborazione su dati COI

In realtà, allo stato attuale, il consumo pro-capite in Cina si attesta attorno a 0,03 Kg/anno (COI, 2016), molto lontano dai dati dei paesi produttori come quello dei paesi europei: Spagna (11,3kg), Italia (10,5kg) e Grecia (12,8kg).

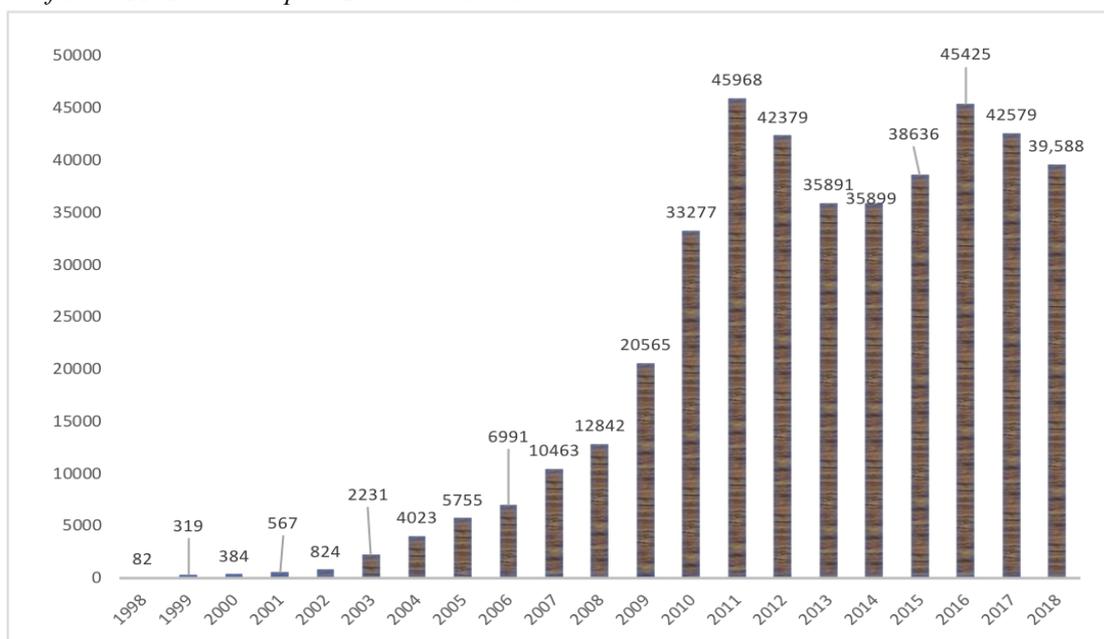
Dal punto di vista del consumo totale, il consumo annuale di oli vegetali commestibili tradizionali come l'olio di arachidi e olio di soia in Cina supera i 20 milioni di tonnellate. Secondo le stime preliminari, il consumo globale di olio di oliva rappresentava circa il 3% del consumo totale di olio commestibile (Peng et al. 2010). Se si stima in base a questi dati, il consumo annuale totale di olio di oliva in Cina dovrebbe essere a circa 600 mila tonnellate. Attualmente, il consumo apparente di olio di oliva in Cina è lontano da questo valore. Pertanto, non importa dal punto di vista pro-capite o totale, il mercato cinese del consumo di olio di oliva ha un grande potenziale di crescita (China Report Net, 2018).

4.2.3 L'importazione

L'interesse dei consumatori per i prodotti a base di olio di oliva si riflette nella rapida crescita delle importazioni.

La Cina importa olio di oliva dalla campagna 1997/1998, con una quantità di 107 tonnellate, raggiungendo 82 tonnellate nella campagna 1998/1999, 319 tonnellate nella campagna 1999/2000 e 384 tonnellate nella campagna 2000/2001, mentre l'importazione svettante avvenne nella campagna 2001/2002 con un volume di 567 tonnellate di olio di oliva all'annata. Entro la campagna 2007/2008 ha raggiunto un livello di 10,464 tonnellate, superando per la prima volta la soglia delle 10 mila tonnellate, con il ritmo medio annuo del 58% (dal 1997 al 2007). Nella campagna 2011/2012 si è registrata l'importazione di punta dell'olio di oliva di 45,968 tonnellate, e poi sono state registrate delle lievi contrazioni delle importazioni nei successivi anni, ed è salita di nuovo nella campagna 2016/2017, con una quota di 45,425 tonnellate. Nella compagna 2018/2019 a causa del clima estremo, le produzioni di olive dell'Italia e degli altri paesi produttori mediterranei sono state influenzate e, in una situazione di integrazione economica globale, anche l'importazione cinese di olio di oliva è stata colpita in una certa misura e il volume dell'importazione in quell'annata è stato di 39,588 tonnellate, con un calo del 7% rispetto all'annata precedente (Grafico 4-11).

Grafico 4- 11: I dati di importazione di olio di oliva

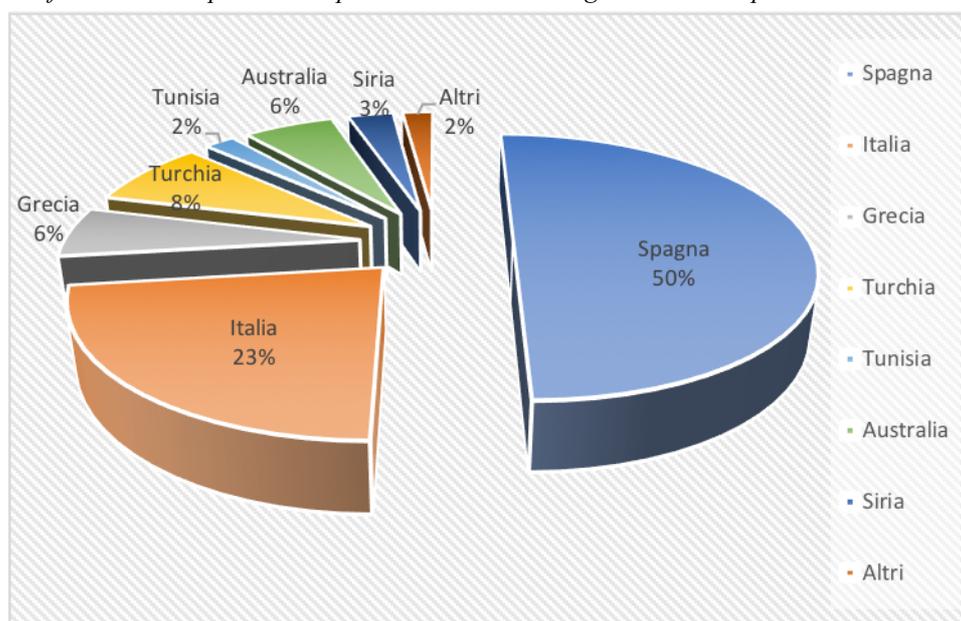


Fonte: ns. elaborazione su dati China's General Administration of Customs

Combinando le analisi dei consumi precedenti, è possibile osservare i volumi delle importazioni di olio di oliva cinese hanno rappresentato all'incirca 90% del consumo interno totale. Ciò evidenzia che la domanda cinese di olio di oliva è aumentata in modo significativo negli ultimi anni, mentre la produzione interna dell'olio di oliva è molto al di sotto del suo consumo. Il mercato interno risulta incapace di rispondere la domanda domestica, e quindi per mantenere l'equilibrio tra domanda e offerta del mercato, il paese viene spinto a importare dall'estero.

Nel 2019 sul mercato cinese appaiono oltre 400 marchi di olio di oliva, che sono importati principali da Spagna, Grecia, Italia, Turchia, Tunisia, Australia, Siria, ecc. Di cui la Spagna si conferma il primo paese di provenienza delle importazioni, con una quota del 50% del mercato d'importazione, la seconda è l'Italia, con una quota del 23%, seguendo Turchia, Grecia e Australia, con le quote rispettivamente del 8%, 6% e del 6% (Grafico 4-12).

Grafico 4- 12: Proporzione di paesi dell'olio extravergine di oliva importato nel mercato cinese



Fonte: ns. elaborazione su dati Rapporto di ricerca dell'olio di oliva cinese 2019

4.2.4 Analisi dei prezzi

Le variazioni di prezzo influiscono direttamente sulla volontà dei coltivatori di olio di oliva di crescere e quindi sull'offerta del mercato internazionale dell'olio di oliva, che a sua volta influenza la produzione e il commercio internazionali di olio di oliva. Il prezzo e la quantità di produzione mostrano fluttuazioni alternate, quindi influenzano a vicenda. International Olive Council (COI) fornisce ai produttori informazioni accurate attraverso i cambiamenti nella produzione e nei prezzi, minimizza le grandi fluttuazioni della produzione e del consumo, mantiene l'equilibrio del mercato internazionale dell'olio d'oliva e protegge gli interessi dei produttori e dei consumatori.

In base ai dati China's General Administration of Customs (Tabella 4-3), nella campagna 2019/2020, la quantità delle importazioni aggregati di olio di oliva è stata registrata di circa 54 mila tonnellate, si osserva un forte aumento del 35,7% rispetto alla campagna precedente. Il valore totale delle importazioni si attesta attorno a 165 milioni di Euro, evidenziando una situazione di leggero incremento pari al 2,2% rispetto al valore raggiunto nella campagna precedente, mentre il prezzo medio annuo delle importazioni pari a 3.08, in termini di euro per kilo, mostrando una situazione di forte decremento del 25% rispetto alla campagna 2018/2019.

Tabella 4- 3: Importazione di olio di oliva

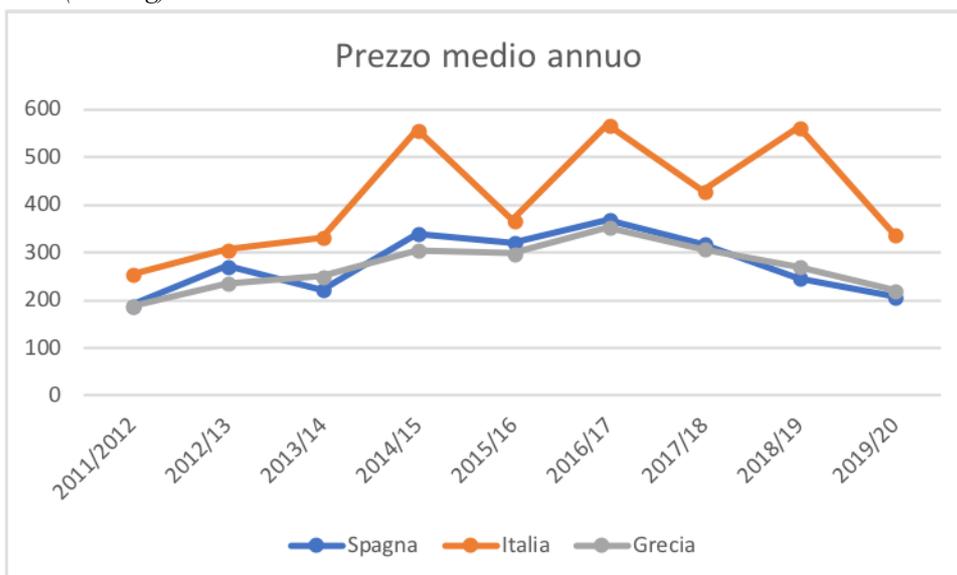
| | 2018 | 2019 | Var% (2019/2018) |
|---------------------|---------|---------|------------------|
| Quantità(t) | 39,588 | 53,699 | 35.7 |
| Prezzo medio (€/kg) | 4.08 | 3.08 | -25 |
| Valore (1.000€) | 161,629 | 165,234 | 2.2 |

Fonte: ns. elaborazione su dati China's General Administration of Customs

Analizzando nel dettaglio le dinamiche di alcuni paesi, il grafico 4-13 mostra le variazioni del prezzo medio annuo al produttore dell'olio extravergine di oliva da parte dei principali paesi. Si osservano nell'annata 2019/2020, in Spagna il prezzo medio vale a 207,4 € per 100kg, con un calo del 16% rispetto all'annata precedente, i prezzi italiani dell'olio extravergine di oliva

mostrano fluttuazioni regolari che arriva a 338,1 € per 100kg (sono in forte calo del 40%), e il prezzo in Grecia vale a 220,4 € per 100kg (-18%). In generale si manifesta una tendenza al ribasso dei prezzi internazionali dell'olio extravergine di oliva.

Grafico 4- 13: Variazioni del prezzo medio annuo al produttore di produzione dell'olio extravergine di oliva (€/100kg)



Fonte: ns. elaborazione su dati COI 2020

Per quanto riguarda l'aspetto di prezzo nel mercato interno dell'olio extravergine di oliva in Cina, il prezzo dell'olio extravergine di oliva importato risulta più competitivo rispetto all'olio extravergine di oliva cinese. Attraverso l'indagine di mercato dei marchi di olio extra vergine di oliva prodotti in Cina e di alcuni marchi importati, si ottengono i seguenti dati (Tabella 4-4):

Tabella 4- 4: I prezzi dei principali marchi in Cina (¥:Yuan, €: ¥=1:7.9, 20/06/2020)

| Marchio | 250ml | 500ml | 750ml | 1L |
|--|-------|-------|-------|-----|
| Marchi cinesi | | | | |
|  Xiang Yu | 78 | 156 | / | 260 |
|  Garden Taste | 70 | 135 | 164 | / |
|  Yu Shengkang | 78 | 135 | / | 238 |
| Marchi importati | | | | |
|  Olivoilà | 40 | 75 | 96 | 149 |
|  Betis | 68 | 108 | 139 | 189 |
|  Agric | 20 | 40 | 46 | 66 |

Dalla tabella sopra mostrata ci sono 6 marchi e 4 formati di imballaggio, ogni formato e marchio corrispondono a un prezzo specifico, in termini yuan.

I tre marchi cinesi mostrati sono Xiang Yu, Garden Taste e Yu Shengkang, mentre, i tre marchi importati sono Olivoilà, Betis e Agric. Si osserva che indipendentemente dalle specifiche dell'imballaggio, l'olio extra vergine di oliva di Xiang Yu ha il prezzo unitario più alto rispetto agli altri marchi cinesi e ai marchi importati, anche i prezzi unitari di altri due marchi cinesi sono superiori rispetto ai marchi importati. Va sottolineato Olivoilà (Spagnolo) è al primo posto nelle vendite in Cina, Betis (Spagnolo) è al secondo posto e Agric (Greco) è al terzo posto, mentre non ci sono marchi cinesi nei primi dieci marchi di olio di oliva più venduti nel mercato domestico.

Il prezzo dell'olio extravergine di oliva sul mercato cinese è molto più alto di quello del mercato internazionale, che è circa da due fino a cinque volte superiore al suo prezzo di

importazione e circa da sei a otto volte superiore rispetto al prezzo del comune olio commestibile (Wang et al. 2012). Ciò non solo rende l'olio di oliva domestico meno competitivo nel mercato dell'olio di oliva, ma rende anche l'olio di oliva ad avere una percentuale di consumo molto bassa nel mercato cinese dell'olio commestibile (inferiore a 0,17%).

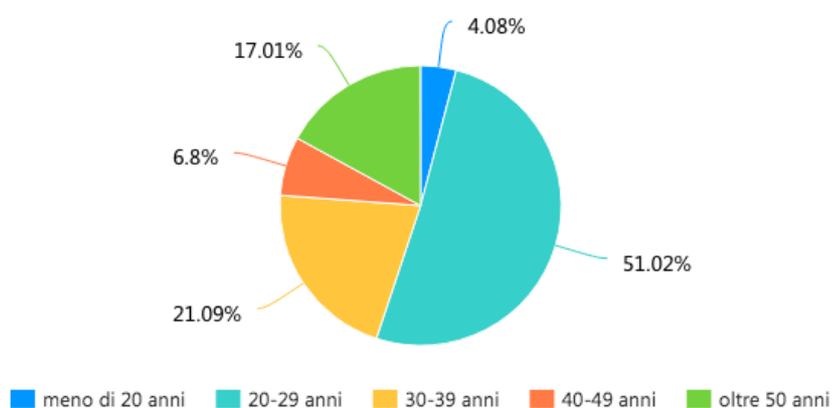
4.2.5 Questionario: studi sui consumatori

Per ottenere un quadro realistico del mercato cinese di olio di oliva, abbiamo sviluppato un questionario da distribuire ai consumatori cinesi via web per avere qualche indicazione sulle loro preferenze. Tale questionario è realizzato attraverso Wenjuanxing (<https://www.wjx.cn/>), una piattaforma di sondaggi online che fornisce funzioni equivalenti ad Amazon Mechanical Turk.

Il test è composto da 24 domande, somministrato nell'arco temporale di circa 20 giorni a partire dal 11 giugno 2020 fino al 30 giugno 2020. In totale 147 utenti hanno compilato tale questionario (vedi appendice). Stando ai risultati del questionario, la maggior parte degli utenti partecipanti sono donne, rappresentando il 66,7%, mentre il restante 33,3% sono uomini.

Come è possibile osservare dal grafico 4-14, gli intervistati sono quindi stati suddivisi per fasce d'età e quella maggiormente rappresentata nel campione è quella compresa fra i 20 ed i 29 anni.

Grafico 4- 14: Fasce d'età degli intervistati



Le zone colorate sono le province di residenza degli intervistati, come si può notare dalla Figura 4-2 i campion sono concentrati maggiormente nelle regioni meridionali, in particolare 70 intervistati da Chongqing (48%) , 22 da Sichuan (15%) , 10 da Zhejiang (7%), ecc.

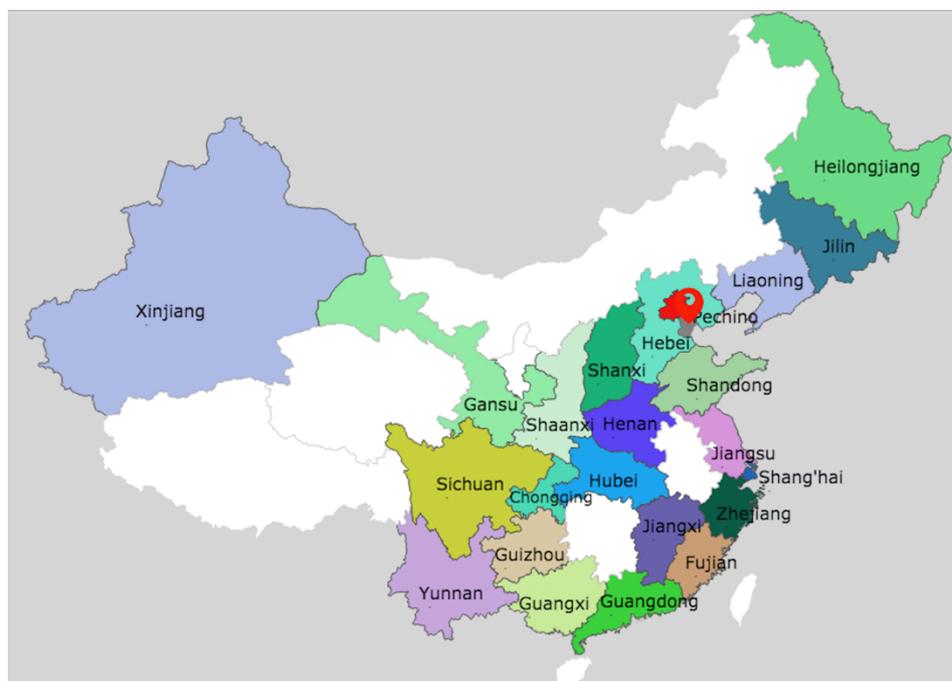


Figura 4- 2: Le province di residenza degli intervistati

Le famiglie dei soggetti intervistati che sono composte da 2 a 4 persone è pari al 61%; da 5 a 7 persone è pari al 34%; le famiglie con più di 7 persone è pari al 4% e le persone single rappresentano circa l'1%.

Il reddito mensile netto dei soggetti oscilla tra i 500 e i 1000 euro e solo il 5% degli intervistati hanno un reddito superiore ai 2000 euro.

È interessante prendere anche in considerazione alcune informazioni sociodemografiche sulla popolazione cinese. Secondo gli ultimi dati del National Bureau of Statistics della Cina:

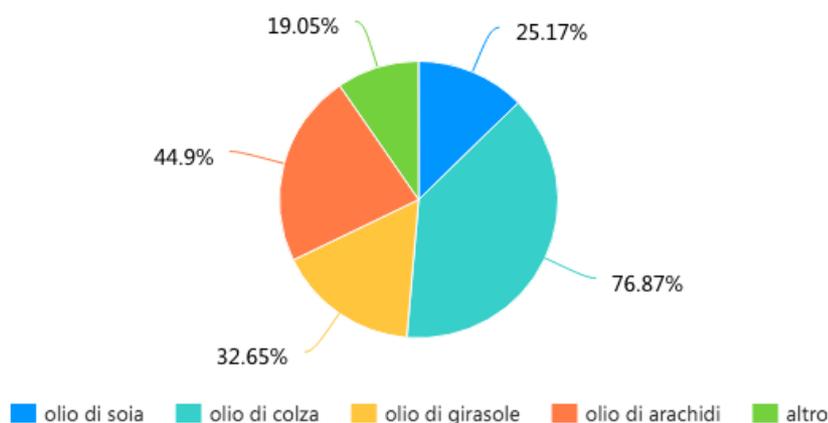
- nel 2019 i cittadini cinesi di età compresa tra 0 e 14 anni rappresentano il 16,6%, quelli di età compresa tra 15 e 64 anni rappresentano il 74,5% e quelli con più di 65 anni rappresentano l'8,3%;
- il numero medio di componenti dei nuclei familiari è principalmente tra 2 e 4 persone (68%);
- il reddito medio mensile pro capite nazionale è di 3853 yuan (circa 486 euro) nel primo

trimestre del 2020.

Il nostro campione riflette sostanzialmente le stesse caratteristiche sociodemografiche di quelle della popolazione media cinese, ma a causa del numero ristretto dei partecipanti e per il fatto che la maggior parte è residente nella stessa area geografica non può comunque essere considerato un campione statisticamente rappresentativo.

Come abbiamo già sottolineato, in Cina si consumano soprattutto oli di colza e olio di girasole, ciò viene evidenziato anche nei risultati del nostro rapporto di indagine. Come si evince dal grafico sottostante (grafico 4-15) le tipologie di olio attualmente consumate dai soggetti sono soprattutto olio di colza (77%), olio di arachidi (45%) e olio di girasole (33%).

Grafico 4- 15: Tipologie di olio consumate dagli intervistati



Per quanto riguarda la conoscenza sull'olio di oliva da parte del campione intervistato risulta che solo il 6% degli intervistati risponde "sì" e il 94% risponde "sì, ma poco". Si è poi chiesto l'esperienza di acquisto del campione, ottenendo i seguenti risultati: 92 persone hanno avuto un'esperienza di acquisto dell'olio di oliva e 55 persone non lo hanno mai comprato.

La Figura 4-3 mostra le ragioni per cui i soggetti non hanno acquistato olio di oliva, tra cui ci sono motivi per la mancanza di conoscenza (49%) e per il prezzo elevato (33%). Infine, tra i 55 intervistati che non hanno mai comprato l'olio di oliva solo 20% prevede il suo acquisto nel futuro.

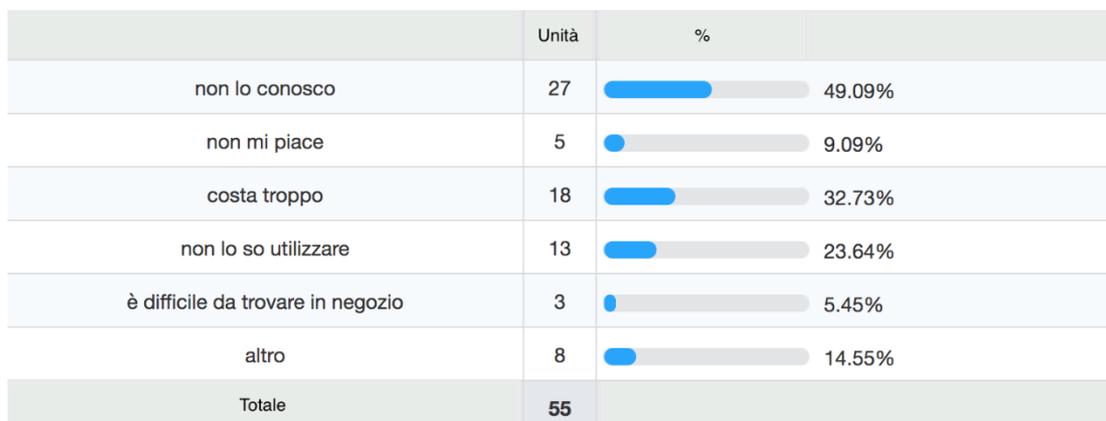


Figura 4-3: Motivi di non acquisto dell'olio di oliva

Ai 92 soggetti, che hanno avuto almeno un'esperienza di acquisto dell'olio di oliva, sono stati chiesti ulteriori informazioni. Dai risultati ottenuti si rileva che i due canali di acquisto principali sono supermercati e acquisto online. Inoltre, appare interessante constatare che i principali canali di acquisto dell'olio di oliva sono anche le principali fonti di informazione su tale prodotto. Allo stesso tempo, secondo il rapporto di valutazione del punteggio (valutazione su una scala da 1 a 5, dove 1 corrisponde a "per nulla" e 5 a "moltissimo"), i consumatori sono più soddisfatti dell'acquisto avvenuto nei supermercati. Nei grafici a seguire sono esplicitati i dati nel dettaglio.

Grafico 4- 16: Canale di acquisto dell'olio di oliva

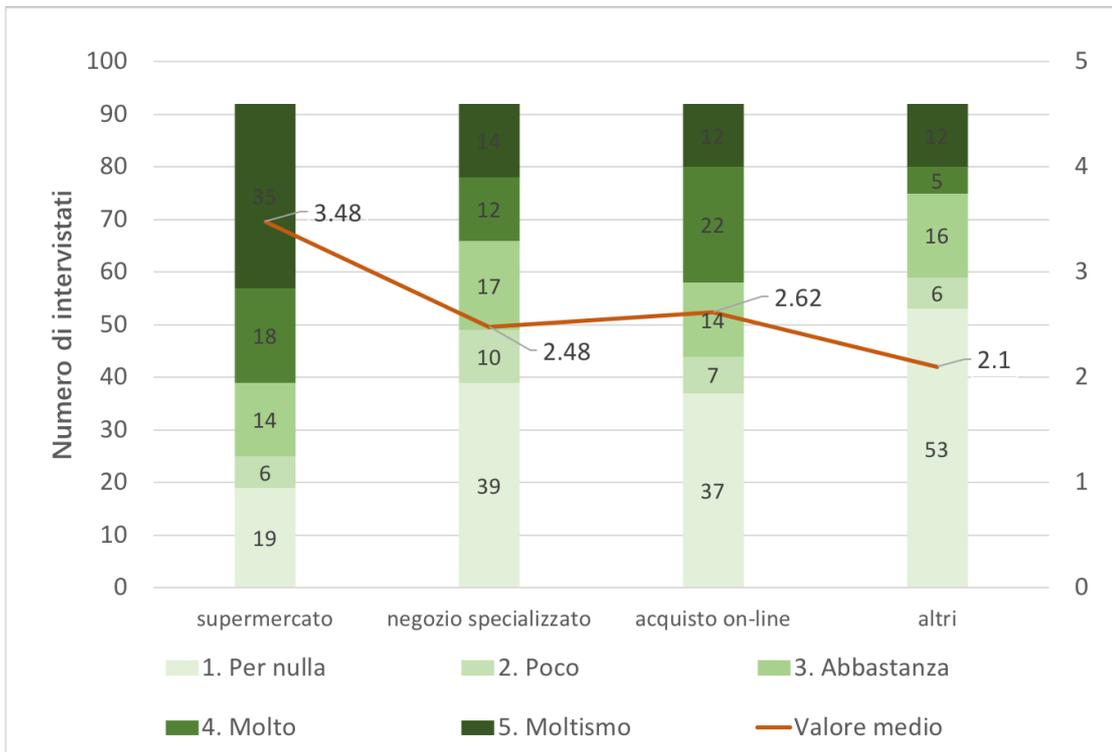
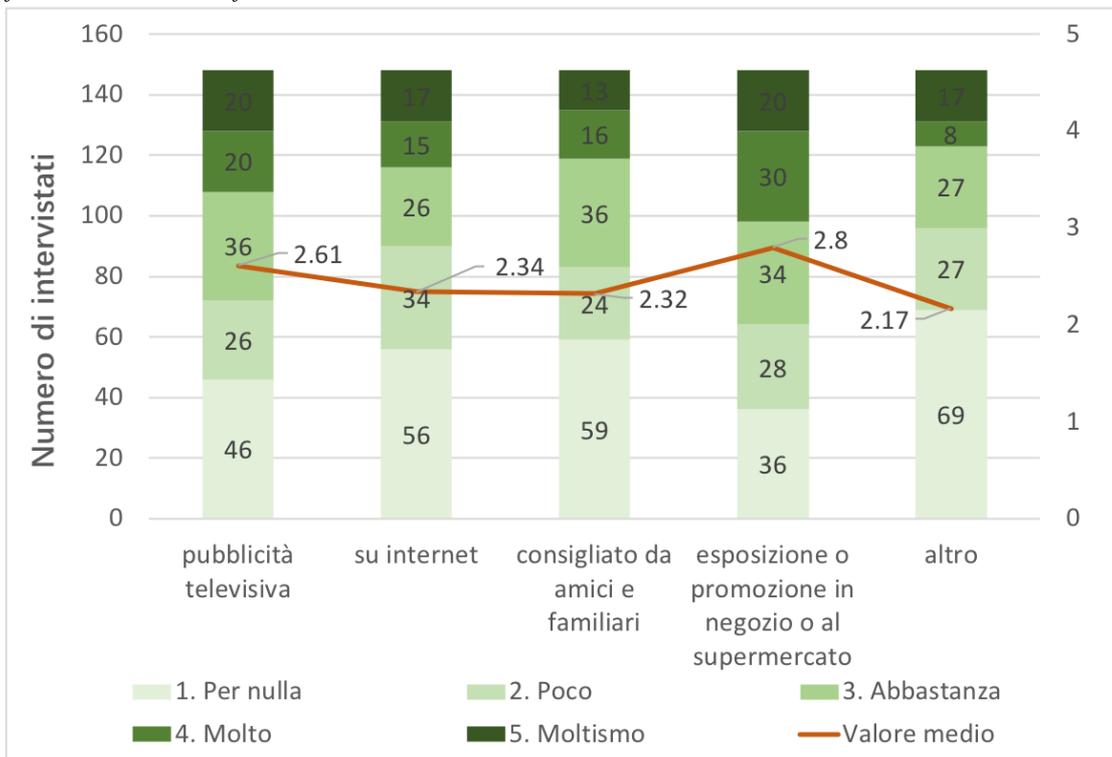


Grafico 4- 17: Fonte d'informazione sull'olio di oliva



Per quanto concerne il marchio di olio di oliva, la maggior parte dei soggetti ha indicato che preferisce ad acquistare marchi importati, in particolare quelli con indicazione del paese e regione di origine (Grafico 4-18). Tra i marchi di varie provenienze geografiche, come dimostrato nel dettaglio con i dati nel grafico 4-19, quelli italiani ha ottenuto il punteggio medio più alto (3,2 su 5), ciò significa che più della metà del campione pensa che il marchio italiano sia il migliore. Seguono poi i marchi spagnoli (2,84 su 5), quelli greci (2,79 su 5) e quelli cinesi (2,69 su 5).

Grafico 4- 18: Valutazione delle preferenze di acquisto in base al tipo di marchio

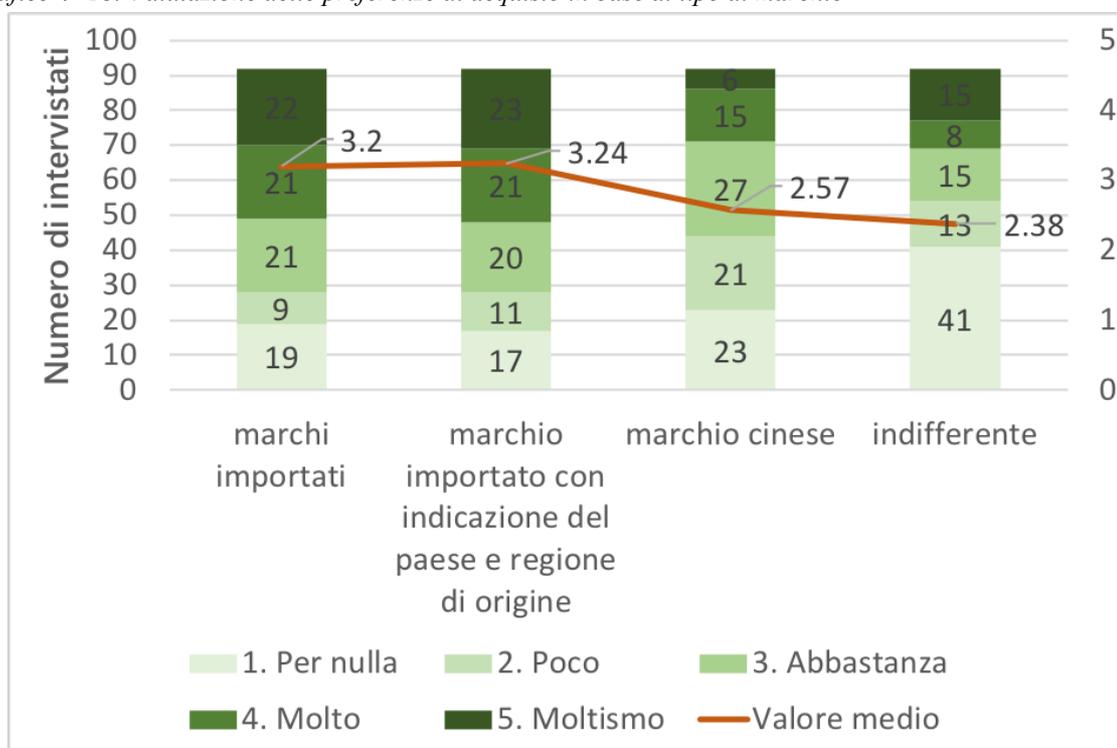
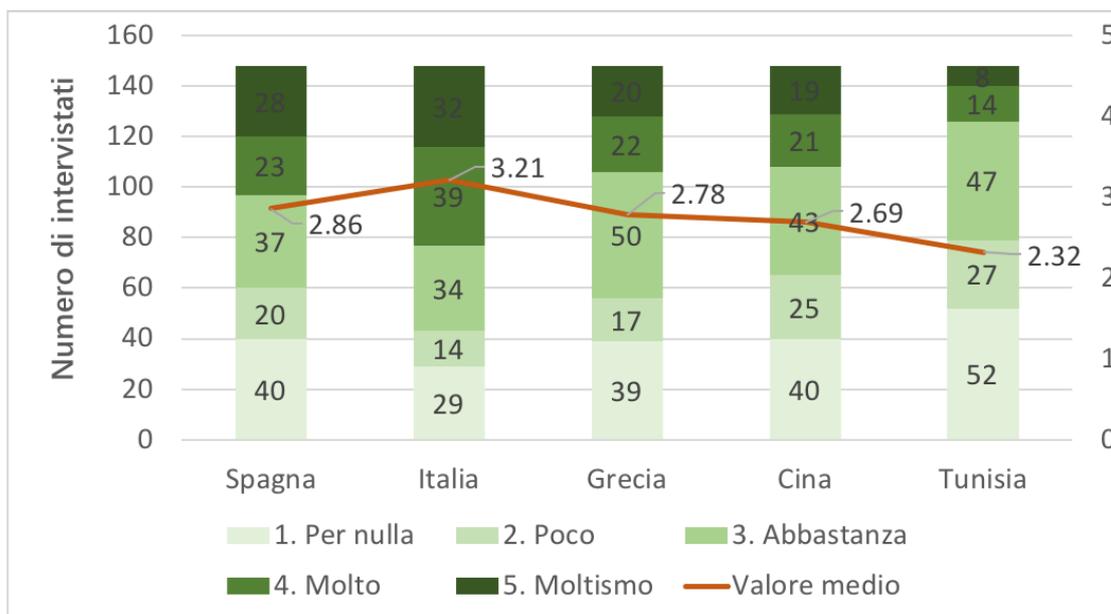


Grafico 4- 19: Preferenza espresse per il paese di origine dell'olio di oliva



Nelle Figura a seguire sono esplicitati i dati nel dettaglio delle abitudini di acquisto e di consumo. La figura 4-4 mostra la percentuale delle tipologie di olio di oliva che sono stati scelti dagli intervistati generalmente: olio extravergine di oliva (48,9%); olio di oliva vergine (17,3%); non sa distinguere le diverse tipologie di olio di oliva (14,1%); non importa la tipologia (18,5%).

| Tipologia | Unità | % |
|---|-----------|--------|
| olio extravergine di oliva | 45 | 48.91% |
| olio di oliva vergine | 16 | 17.39% |
| altro | 1 | 1.09% |
| no so distinguere le diverse tipologia di olio di oliva | 13 | 14.13% |
| non è importante per me | 17 | 18.48% |
| Totale | 92 | |

Figura 4-4: La scelta della tipologia di olio di oliva

Dalla figura 4-5 è possibile osservare che l'olio di oliva in bottiglia è il più popolare, ciò è spiegato dalla scelta di 87 soggetti che preferiscono acquistare in formato bottiglia, in particolare 35 soggetti hanno scelto il formato da 1L (38%), contro 5 soggetti che hanno preferito consumare in formato contenitore di capacità compresa tra 1 e 5 L (5,4%).

| Formato | Unità | % |
|--|-----------|--------|
| bottiglia da 0.25 L | 8 | 8.7% |
| bottiglia da 0.5 L | 22 | 23.91% |
| bottiglia da 0.75 L | 22 | 23.91% |
| bottiglia da 1 L | 35 | 38.04% |
| contenitore di capacità compresa tra 1 e 5 L | 5 | 5.43% |
| Totale | 92 | |

Figura 4-5: La scelta del formato di olio di oliva

Per quanto riguarda la frequenza di acquisto dell'olio di oliva (Figura 4-6), quasi la metà del campione (52%) ha risposto con una frequenza di acquisto di una volta ogni sei mesi mentre solo i 5 intervistati con una frequenza di acquisto settimanale.

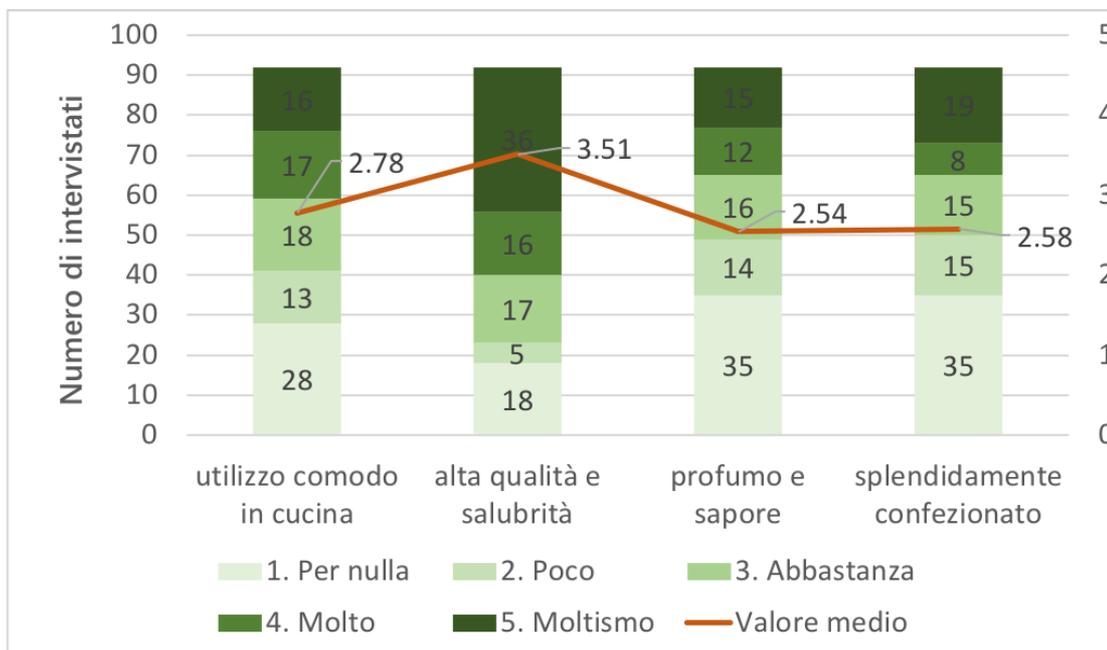
| Frequenza | Unità | % |
|-------------------|-----------|--------|
| 1 volta/settimana | 5 | 5.43% |
| 1 volta/mese | 18 | 19.57% |
| 1 volta/sei mesi | 48 | 52.17% |
| 1 volta/anno | 21 | 22.83% |
| Totale | 92 | |

Figura 4-6: Frequenza di acquisto

Secondo i risultati di sondaggio, gli scopi di acquisto degli intervistati sono principalmente le seguenti: l'uso in cucina (3,5 su 5); come prodotto per la cura (2,4 su 5); come il regalo (2,3 su 5).

Dal grafico sottostante si evidenzia che l'alta qualità e le caratteristiche salutari dell'olio di oliva sono i motivi principali che inducono gli intervistati ad acquistarlo.

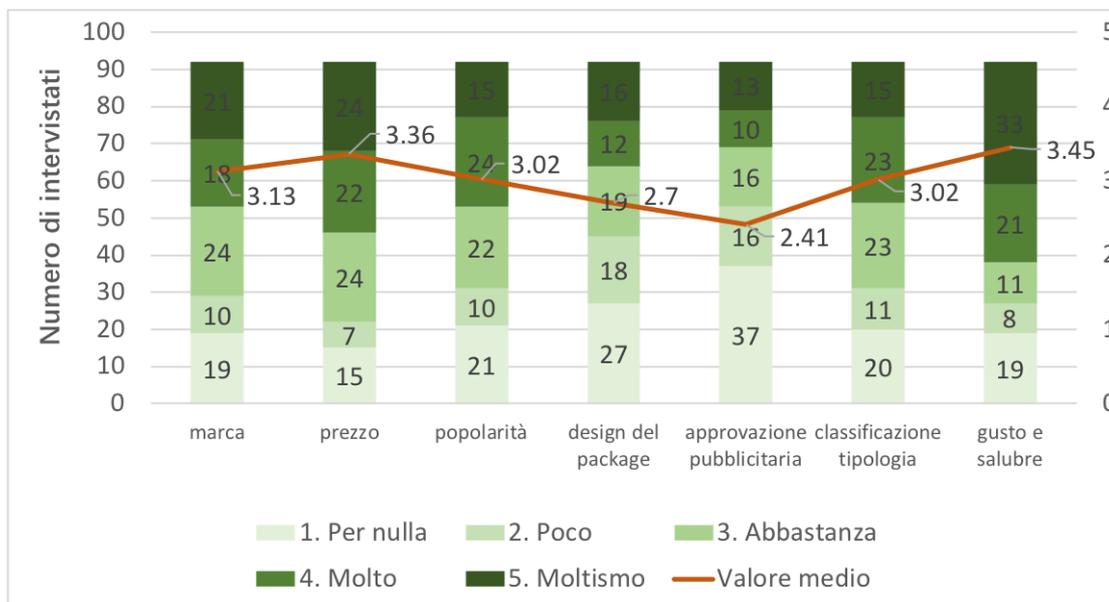
Grafico 4- 20: Caratteristiche più apprezzate dell'olio di oliva



Dai dati mostrati nel grafico 4-21 si possono comprendere quali sono elementi sui quali gli intervistati valutano prima di effettuare l'acquisto e dai risultati si ottiene che questi soggetti pongono maggiormente attenzione su aspetti "pratici", come il gusto e salubre (3,5 su 5), ma anche sull'aspetto di un prezzo conveniente (3,4 su 5).

Come confermato anche dagli intervistati, l'olio di oliva è un prodotto nel quale l'approvazione pubblicitaria (celebrity endorser) non è molto importante, i consumatori spesso considerano di più la salubrità e il prezzo al momento dell'acquisto.

Grafico 4- 21: Valutazione sull'importanza degli elementi per la scelta



Per quanto riguarda il prezzo, nel nostro rapporto del sondaggio, gli intervistati generalmente ritengono che un prezzo ragionevole dell'olio extravergine di oliva per chilogrammo sia compreso tra i 10 e 15 euro.

Alla fine del questionario si è chiesto agli intervistati il loro futuro comportamento di acquisto, circa il 55% degli intervistati ha indicato che preiederanno aumento di consumo di olio di oliva, mentre circa l'11% degli intervistati ha indicato che non avrebbero aumentato il loro futuro consumo.

Conclusione

Basandosi sui dati raccolti e quelli relativi al mercato analizzato nei paragrafi precedenti, è possibile trarre le seguenti conclusioni:

- In Cina, negli ultimi anni il mercato di olio extravergine di oliva si è espanso per la crescente tendenza nel consumare prodotti con le proprietà nutrizionali e salutistiche. Tuttavia, il consumo cinese dell'olio di oliva risulta ancora molto basso rispetto ai consumi registrati nei paesi del Mediterraneo, ciò è spiegato dalle diverse abitudini di consumo, dai prezzi elevati e dall'alto posizionamento del prodotto.
- Grazie all'aumento del potere di acquisto dei consumatori cinesi e alle crescenti richieste di prodotti di buona qualità, la domanda cinese di olio di oliva è aumentata in modo significativo mentre il livello di produzione interna dell'olio di oliva è molto al di sotto del livello di consumo interno. Data la limitata possibilità di una diffusa coltivazione dell'olivo in Cina, la domanda di olio di oliva viene soddisfatta quasi esclusivamente con le importazioni del prodotto.
- I risultati del nostro rapporto del questionario mostrano che il gruppo di consumatori cinesi dell'olio di oliva tende ad essere più giovane. La qualità e il prezzo del prodotto sono i fattori più presi in considerazione al momento di acquisto. A causa della mancanza di una corrispondente conoscenza della classificazione categorica di olio di oliva e della gestione caotica del mercato dell'olio di oliva in Cina, i consumatori spesso appaiono poco informati al momento di acquisto. Di conseguenza, per la maggior parte degli intervistati, nel valutare sia il prezzo sia la qualità dell'olio di oliva, quelli che sono di marchi importati sembrano

essere la scelta migliore.

- Secondo i dati del rapporto del questionario, non vi è dubbio che i marchi importati siano più competitivi nel mercato cinese dell'olio di oliva rispetto ai marchi cinesi. Secondo i dati disponibili, i consumatori cinesi ottengono principalmente informazioni sull'olio di oliva dalle promozioni dei supermercati e dalle pubblicità televisive, i canali di acquisto tendono ad essere supermercati/ipermercati e piattaforme di shopping online, le specifiche dell'imballaggio sono principalmente di un litro, ecc. Alcuni suggerimenti per porre le basi di uno sviluppo del mercato cinese dell'olio di oliva e fornire ai consumatori un ambiente di scelta diversificata, possono essere sintetizzati come segue. Per gli importatori di olio di oliva in Cina, è necessario comprendere appieno le condizioni di mercato cinese dell'olio di oliva, rafforzare la pubblicità e la costruzione del marchio e formulare linee guida strategiche in linea con lo sviluppo aziendale basato sulle abitudini di acquisto dei consumatori cinesi; Per aziende cinesi locali, ridurre i costi di produzione, offrire prezzi ragionevoli, inoltre dare maggiore attenzione al controllo della qualità dei prodotti, in quanto è un aspetto molto rilevante valutato dai consumatori, in secondo luogo, rispettare le regole di funzionamento del mercato, migliorare la reputazione del marchio, migliorare l'immagine aziendale e dimostrare la responsabilità sociale dell'impresa.

Ringraziamenti

Giunta alla fine di questa tesi, é doveroso ringraziare le persone che mi hanno accompagnato durante questo tortuoso e allo stesso tempo incredibile percorso.

Ringrazio, prima di tutto, l'Università Politecnica delle Marche, perché mi ha permesso di crescere sia negli studi che come persona, inoltre mi ha permesso di trovare lungo il mio percorso universitario docenti preparati e compagni di corso ormai diventati amici.

Ringrazio in special modo il relatore della presente tesi, il Professore Danilo Gambelli, un professore diligente, disponibile e paziente, sempre pronto ad aiutarmi durante la stesura di questo lavoro. Un ringraziamento rivolto anche al correlatore della presente tesi, il Professore Davide Neri, un professore molto gentile che mi ha permesso di svolgere la tesi in modo stimolante e interessante.

Ringrazio tutti gli intervistati che hanno preso parte del questionario realizzato per tale lavoro, la loro partecipazione mi hanno consentito di raccogliere i dati più autentici per completare la mia relazione di tesi.

Ringrazio, infine, la mia famiglia e tutti i miei amici, grazie per essere stati presenti in ogni momento e per aver sempre creduto in me e nelle mie capacità.

Grazie.

Bibliografia

- [1] Alessandro Leone, Antonia Tamborrino, Roberto Romaniello (2018), Il ciclo di estrazione dell'olio vergine di oliva, Dipartimento di Scienze delle Produzioni e dell'Innovazione nei Sistemi Agroalimentari Mediterranei, Università degli Studi di Foggia, Dipartimento di Scienze Agro-Ambientali e Territoriali, Facoltà di Agraria, Università degli Studi di Bari, Italia.
- [2] Agenzia Regionale per lo Sviluppo e per i Servizi in Agricoltura (2011), I fattori che influiscono sulla qualità degli oli vergini di oliva ed alcuni consigli per l'analisi sensoriale, in Walter Cricri e Giuseppe Giordano, (a cura di), Collana informativa.
- [3] Federica Barone (2013), Processo di oleificazione e politiche in materia di valorizzazione degli oli pregiati, Università Cà Foscari, Venezia.
- [4] G. Lercker, A. Bendini, L. Cerretanti (2007), Quality, composition and production of virgin olive oils, Progress in nutrition vol. 9, N. 2, 134-148.
- [5] International Olive Council (2010), Study on the Promotion of Consumption of Olive Oil and Table Olives in China, AFC Management consulting AG, Dottendorfer Str. 82, D-53129 Bonn, Germany, Far Eastern Limited, Fernost Beratungs- und Handels GmbH, Lagerhausstraße 26 D-67061 Ludwigshafen, Germani.
- [6] Jia wei Wang, Lu yi Ma, María Gómez del Campo, Dongsheng Zhang, Yu Deng, Zhong kui Jia (2018), Youth tree behavior of olive (*Olea europaea* L.) cultivars in Wudu, China: Cold and drought resistance, growth, fruit production, and oil quality, *Scientia Horticulturae*, Volume 236, 16 June 2018, pp. 106-122.
- [7] Juzhen Li (2010), Revisione e prospettiva di introduzione e sviluppo dell'olio d'oliva in Cina, Zhonggio Linye Chubanshe, Pechino.
- [8] Luciano Di Giovacchino (2010), Tecnologie di lavorazione delle olive in frantoio : Rese di estrazione e qualità dell'olio, Tecniche Nuove, Milano.
- [9] Maria Elissabetta Drocco (2015), Olivo e olio d'oliva: aspetti storici, commerciali e tecnici della lavorazione dell'olio d'oliva con riferimento al Ponente Ligure e alla Cin, e repertorio teminografico, Università Cà Foscari, Venezia.

- [10] Maria Rosaria Pupo D'Andrea (2011), Il mercato mondiale dell'olio d'oliva: attori, dinamiche, prospettive e bisogni di ricerca, Associazione Alessandro Bartola Agriregionieuropea.
- [11] McEnvoy, D.G. e Gomez, E.E. (1999), The Olive Industry: A Marketing Study, RIRDC Publication No.99/86.
- [12] Roberto Ciancio, Roberta Capecci (2017), Guida pratica all'etichettatura degli oli d'oliva, Roma, Settembre.
- [13] Peng ZG, Zhai YW, Yang H, Pan Q (2010), Study on existent problems and countermeasures of imported olive oil. Cereal Food Ind 17(6):56–58. Article No. 1672-5026(2010) 06-0056-03.
- [14] Regolamento (CE) n. 1513/2001 (2001), “Definizioni di oli di oliva e di oli di sansa d'oliva di cui all'articolo 35”, REG CONS CE1513, 01. Doc, pp, 3-4.
- [15] Schmidt Glinzler Helwig (2011), Storia della Cina, Milano, Mondadori.
- [16] Song Juguo (2015), Analysis on the Development of Olive Oil Industry in the World and China, World Agriculture, Agricultural Trade Promotion Center of the Ministry of Agriculture, Pechino.
- [17] Weiyong Xu, Hechun Wang, Hechun Wang (2004), olive e le sue tecniche di coltivazione, Zhongguo Linye Chubanshe, Pechino.
- [18] Wang Jiawei, Zhang Dongsheng, Tanzeel Javaid Aini Farooqi, Ma Luyi, DengYu, Jia Zhongkui (2019), The olive (*Olea europaea* L.) industry in China: its status, opportunities and challenges, Agroforest Syst 93:395–417.
- [19] Xiao Qianwen et alia (2009), “Study on Olive Development in China”, in American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences, 5 (3), pp. 414-419.
- [20] Zongming Shi, Weibang Sun, Zhilin Qi, Yun Li, Jinfeng Liu (2011), On the Suitable Regions for Olive (*Olea europaea*) Growing in China, Plant Diversity and Resources, 33 (5): 571-579.
- [21] Zhang Xiang (2013), Le prospettive dell'olio di oliva extravergine italiano in Cina, Facoltà di economia, Università di Pisa, Italia.
- [22] Zhang Zhengwu, Wang Zhaoshan, Zhang Jianguo (2017), Viewing the Broad Prospects of Olive Oil Development in my Country from the Domestic and Foreign Olive Oil Markets, Northern Horticulture (07) ,184-191.
- [23] Zhu LK (2009), Forestry Statistical Yearbook of China. Forestry publishing house of China, Beijing. State Forestry Administration of China (SFA), Beijing, pp 104.

Sitografia

- [1] Biblioteca Baidu:
<https://wenku.baidu.com/view/e6ac57f66ad97f192279168884868762cbaebbc3.html>
- [2] China Report Net: <http://tuozi.chinabaogao.com/shipin/11193QB22018.html>
- [3] Food and Agriculture Organization of the United Nations:
<http://www.fao.org/faostat/en/#data>
- [4] General Administration of Customs, P. R. China: <http://search.customs.gov.cn>
- [5] Ismea: <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10539>
- [6] International Olive Council:
<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#figures>
- [7] Oil China: <http://www.oliveoilife.com/>
- [8] Rete di imprese alimentari: <https://news.21food.cn/39/2837584.html>

APPENDICE:

Questionario per i consumatori cinesi di olio di oliva

1. Qual è il suo genere?

- femmina
- maschio

2. Qual è la sua età (in anni)?

- meno di 20 anni
- 20-29 anni
- 30-39 anni
- 40-49 anni
- oltre 50 anni

3. Di quale Regione sei? (scrive luogo di residenza)

4. Da quante persone è composta la sua famiglia (lei incluso)?

- 1
- 2-4
- 5-7
- più di 7

5. La sua fascia di reddito mensile netto è?

- inferiore a 500 euro
- compreso tra 500 euro e 1000 euro
- compreso tra 1000 euro e 2000 euro
- superiore a 2000 euro

non risponde

6. Qual è la tipologia di olio attualmente utilizzata? (più opzioni possibili)

olio di soia

olio di colza

olio di girasole

olio di arachidi

altro

7. Conosce l'olio di oliva?

sì

sì, ma poco

mai sentito (si va direttamente alla domanda 24)

8. Se sì, secondo lei, quali benefici porta l'olio di oliva? (più opzioni possibili)

tenere bassa il colesterolo

prevenzione della malattia vascolare

prevenzione del cancro

curare i capelli

ingrassare

9. Come ha conosciuto l'olio di oliva?*

pubblicità televisiva

su internet

consigliato da amici e familiari

esposizione o promozione in negozio o al supermercato

altro

10. L'olio di oliva di quale paese pensa che sia migliore?*

Spagna

Italia

² * (per le domande 9,10,12,13,16,17,19 valutazione su una scala da 1 a 5, dove 1 corrisponde a "per nulla" e 5 a "moltissimo")

- Grecia
- Cina
- Tunisia
- altri

11. Ha mai acquistato l'olio di oliva?

- sì
- no (si va direttamente alla domanda 22)

12. Dove acquista in genere l'olio di oliva? (questa va impostata solo per chi risponde sì alla 11)*

- supermercato / ipermercato
- negozio specializzato
- acquisto on-line
- altri

13. Qual è lo scopo del suo acquisto di olio di oliva?*

- l'uso in cucina
- come il regalo
- come prodotto per la cura
- altri

14. In quale formato preferisce acquistare l'olio di oliva?

- bottiglia da 0.25 L
- bottiglia da 0.5 L
- bottiglia da 0.75 L
- bottiglia da 1 L
- contenitore di capacità compresa tra 1 e 5 L

15. Con quale frequenza consuma l'olio di oliva?

- Almeno una volta a settimana
- una volta a mese
- una volta ogni sei mesi

una volta all' anno

16. Che tipo di marchio preferisce acquistare?*

marchi importati

Marchio importato con indicazione del paese e regione di origine

marchio cinese

indifferente

17. Quali sono i motivi per cui è invogliata ad acquistarlo?*

utilizzo comodo in cucina

alta qualità e salubrità

profumo e sapore

splendidamente confezionato

altri

18. Quale tipologia di olio di oliva sceglie generalmente?

olio extravergine di oliva

olio di oliva vergine

altro

non so distinguere le diverse tipologie di olio di oliva

non è importante per me

19. Quali sono i fattori che prenderà in considerazione quando acquista l'olio di oliva?*

marca

prezzo

popolarità

design del package

approvazione pubblicitaria (celebrity endorser)

classificazione tipologia

gusto e salubre

20. Secondo Lei quale prezzo è più ragionevole dell'olio extravergine di oliva (riportare il prezzo in euro / litro)?

- inferiore a 10 euro
- 10-15 euro
- 15-20 euro
- superiore a 20 euro

21. Previsto un aumento di consumo in futuro?

- sì
- no
- forse

22. Se risponde no alla 11, perché non acquista l'olio di oliva? (più opzioni possibili)

- non lo conosco
- non mi piace
- costa troppo
- non lo so utilizzare
- è difficile da trovare in negozio
- altro

23. Se risponde no alla 11, prevede di acquistare l'olio di oliva?

- sì
- no
- forse

24. Grazie per la vostra partecipazione, se è interessato a ricevere informazioni sui risultati della ricerca, può indicare la sua e-mail (facoltativa)?
