



**CO.GAL MONTEPORO**

**AGROPROMOTION**

Società di marketing e comunicazione d'impresa

# RICERCA SULL'OLIO DI QUALITA'

ANALISI DEL SETTORE E DEL MERCATO  
DELL'OLIO DI OLIVA DELL'AREA DEL  
MONTEPORO, NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

## **INDICE**

<b>INTRODUZIONE</b> .....	pag. 4
<b>1. LA PRODUZIONE DI OLIO DI OLIVA</b> .....	pag. 6
1.1 L'OLIO DI OLIVA .....	pag. 6
1.2 LA PRODUZIONE MONDIALE DI OLIO DI OLIVA.....	pag. 17
1.3 LA PRODUZIONE ITALIANA .....	pag. 19
1.4 CARATTERISTICHE DEI PRODUTTORI CALABRESI .....	pag. 28
1.5 IL COMPARTO OLIVICOLO NELL'AREA CO.GAL MONTEPORO .....	pag. 33
1.6 VALUTAZIONE SULL'OFFERTA DI OLIO DI OLIVA DELL'AREA CO.GAL MONTEPORO.....	pag. 42
<b>2 L'AREA GEOGRAFICA DI CONSUMO</b> .....	pag. 48
2.1 IL CONSUMO DI OLIO DI OLIVA NEL MONDO .....	pag. 48
2.2 IL CONSUMO DI OLIO DI OLIVA IN ITALIA .....	pag. 52
2.3 LE ESPORTAZIONI .....	pag. 59
2.4 LE IMPORTAZIONI .....	pag. 62
2.5 LE CARATTERISTICHE DELL'INTERSCAMBIO ITALIANO.....	pag. 64
2.6 IL TREND DI CONSUMO .....	pag. 70
<b>3 IL MERCATO DI CONSUMO, IL MERCATO DELLE ORGANIZZAZIONI ITALIANO ED ESTERO E LE LORO CARATTERISTICHE</b> .....	pag. 71
3.1 SELEZIONE DEI PAESI.....	pag. 71
3.2 IL MERCATO ITALIANO.....	pag. 76
3.3 IL MERCATO DI CONSUMO IN ITALIA .....	pag. 79
3.4 PIANO DI RICERCA SUL CONSUMATORE ITALIANO .....	pag. 84
3.5 IL MERCATO DEI PRODUTTORI IN ITALIA .....	pag. 99
3.6 PIANO DI RICERCA SUL MERCATO DEI PRODUTTORI.....	pag. 103
3.7 IL MERCATO ESTERO .....	pag. 112
3.7.1 STATI UNITI.....	pag. 117
3.7.2 CANADA .....	pag. 122
3.7.3 GIAPPONE.....	pag. 126
3.7.4 GERMANIA .....	pag. 131
3.7.5 FRANCIA .....	pag. 135

<b>4 GLI INTERMEDIARI COMMERCIALI.....</b>	pag. 140
4.1 LA TIPOLOGIA DEI CANALI DI MARKETING IN ITALIA.....	pag. 140
4.2 LE DIMENSIONI DEI CANALI DI DISTRIBUZIONE.....	pag. 147
4.3 I CANALI DISTRIBUTIVI DELL'OLIO DI OLIVA .....	pag. 156
<b>5 ALCUNI DATI SULL'OLIO BIOLOGICO.....</b>	pag. 160
<b>6 VALUTAZIONI FINALI.....</b>	pag. 165
6.1 UN ORIENTAMENTO STRATEGICO .....	pag. 165
<b>APPENDICE .....</b>	pag. 167