ASSOCIAZIONE
AMICI DELL'OLIVO
dal 2001

Foto © AAO

Newsletter 61
7 settembre 2025

L'olio d'oliva e l'interesse crescente dei fondi di investimento: focus sull'Italia

L'olio d'oliva non è più soltanto un alimento, ma un simbolo di stile di vita, salute e tracciabilità. Negli ultimi anni, l'olio extravergine d'oliva è passato dall'essere un semplice prodotto agroalimentare a rappresentare una risorsa strategica per numerosi fondi di investimento.

Una nostra breve ricerca del settore senza grosse pretese, rivela che l'interesse nei confronti di questo prodotto non nasce solo dal suo valore nutrizionale e culturale, ma anche dalla crescente domanda internazionale, dalla marginalità relativamente stabile e dalle ottime prospettive di export. In questo scenario, l'Italia si distingue come leader mondiale in termini di qualità. L'olio d'oliva, malgrado i prezzi attuali, è considerato ancora un bene anticiclico in quanto si consuma anche in tempi difficili (guerra dei dazi USA-EU permettendo).

In Italia, i fondi di private equity hanno iniziato ad acquisire marchi storici o a finanziare operazioni di aggregazione con l'obiettivo di rafforzare la presenza nel settore. Tra i protagonisti più attivi, **Clessidra SGR** di Milano ha investito nel gruppo veneto De Angelis Food, attivo anche nella filiera dell'olio. **Investindustrial**, fondo del finanziere Andrea Bonomi con uffici anche a Lugano, è noto per operazioni nel comparto food & beverage e viene spesso citato tra i possibili investitori in brand di fascia premium.

Un esempio emblematico è rappresentato da **Minerva Eleourgiki**, azienda greca ben radicata sul mercato italiano, acquisita dal fondo Diorama I (gestito da Deca Investments), che ha già ipotizzato una futura uscita strategica facendo una plusvalenza. In parallelo, **SMERemediumCap (SMERC),** fondo guidato da Nikos Karamouzis, ha avviato la creazione di un polo mediterraneo attraverso l'acquisizione di marchi come Latzimas, Elaia Sitia e Olympian Green, con l'obiettivo di espandersi anche in Italia grazie all'internazionalizzazione dei brand.

Nel contesto italiano, il mercato dell'olio è ancora caratterizzato da una forte frammentazione. Grandi nomi storici come **Monini, Carli, Colavita, Farchioni e Fratelli De Cecco** restano saldamente nelle mani delle famiglie fondatrici. Tuttavia, si registra una crescente apertura, soprattutto quando si presentano sfide logistiche, distributive o finanziarie, o in vista di passaggi generazionali.
Alcuni marchi italiani sono già passati sotto il controllo di gruppi internazionali: è il caso di **Costa d'Oro**, acquisita dal gruppo francese Avril, oppure di **Bertolli, Carapelli e Sasso**, oggi parte del gruppo spagnolo **Deoleo** (il più grande produttore di olio al mondo), controllato dal fondo londinese CBF Iberian. **Olio Berio e Sagra** invece sono integrate nel gruppo Salov entrato nel 2014 a far parte del gruppo cinese Bright Food di Shanghai.

Questo scenario riflette una tendenza globale: i fondi di investimento stanno puntando su segmenti di alta gamma, come l'olio premium, DOP, biologico o proveniente da filiere sostenibili, sfruttando il crescente richiamo nei mercati del Nord Europa, Nord America e Asia. I Paesi nordamericani sono tra i maggiori importatori mondiali di olio d'oliva, ma con una produzione interna minima. I

Olio EVO italiano
La Fondazione Qualità lancia l'allarme, sottolineando che solo il 5% della produzione olivicola italiana può essere definita davvero "italiana", ovvero proviene da un'area di produzione DOP o IGP. L'olio italiano è sempre più minacciato da contraffazioni e imitazioni.

Az. Agraria Guerrieri nelle Marche

Buone pratiche agricole
Il sito web "buone pratiche agricole" di AGRIDEA raccoglie informazioni utili per migliorare la protezione delle colture, sia in agricoltura convenzionale che biologica. Vi sono descritte misure e regole che gli agricoltori dovrebbero seguire per tutelare la propria salute, quella dei consumatori e per proteggere l'ambiente e le sue risorse naturali.
https://www.buonepraticheagricole.ch/it/

Cambiamento abitudini alimentari
Una recente statistica pubblicata su *SonntagsZeitung* evidenzia come gli svizzeri abbiano modificato le loro abitudini alimentari negli ultimi 15 anni. Il consumo di limoni (+126%) e noci (+119%) è aumentato, mentre quello di margarina è diminuito del 60%. E per quanto riguarda l'olio?

L'uso dell'olio d'oliva è cresciuto del 6%.

Censimento degli olivi
Prosegue il processo di rilevamento dei dati nella Svizzera italiana. Nel mese di aprile 2025, abbiamo superato quota 9'000 olivi censiti. Per ulteriori informazioni, visitate il sito AAO o richiedete la documentazione via email a seguente indirizzo info@amicidellolivo.ch.

Oliveto Delea a Gudo

Amici dell'Olivo in gita
A metà settembre un numeroso gruppo visiterà la zona di Neuchâtel.

La Cina scopre l'olio d'oliva
Sempre più giovani cinesi, attenti alla salute dopo la pandemia, si avvicinano alla Dieta Mediterranea e ai suoi prodotti simbolo come l'extravergine italiano.

No agli ulivi, sì al fotovoltaico
In Puglia, con l'autorizzazione della Regione, stanno per essere sradicati ben 1'950 olivi secolari in perfetta salute per far posto a un impianto fotovoltaico che occuperà 15 ettari di terreno, una superficie equivalente a oltre 20 campi da calcio.

Olio d'oliva: il prodotto più rubato
Uno studio in Spagna rivela che è il prodotto più rubato nei supermercati spagnoli superando liquori e vini. I furti sono correlati all'aumento dei prezzi per scarsità di prodotto.

Associazione Amici dell'Olivo
Via ai Grotti 8
6862 Rancate
Cell. +41 79 731 63 83
Email: info@amicidellolivo.ch
Web: www.amicidellolivo.ch

fondi americani guardano quindi all'importazione, ma anche allo sviluppo di start-up agricole in California e Texas, dove il clima permette produzioni di alta qualità. Alcuni operatori stanno investendo in oleifici "boutique" per olio biologico locale; linee di prodotti funzionali (olio con antiossidanti, per sportivi, ecc.) e tecnologie per la tracciabilità della filiera tramite blockchain.
In Giappone, Corea del Sud, Australia e Nuova Zelanda, l'olio d'oliva sta diventando un prodotto quotidiano nelle cucine urbane. I fondi guardano con interesse a Joint venture tra produttori mediterranei e distributori locali. Recentemente si è notato una espansione di marchi europei in Asia tramite e-commerce e retail premium.

In conclusione, sebbene in Italia permanga una forte presenza di imprese familiari e cooperative, è evidente che il settore dell'olio extravergine d'oliva sta diventando sempre più attrattivo per il capitale privato. I fondi intravedono in questo prodotto non solo un'opportunità redditizia, ma anche uno strumento strategico per presidiare un segmento di consumo in costante evoluzione.
I fondi di investimento vedono nell'olio d'oliva un prodotto con margini in crescita, esportabile e legato alla salute e un settore dove si può ancora fare consolidamento industriale.

Frantoio Atena a Mezzana

Bottigliette di olio AAO