

LEVANTE

FRANTOIANI DAL 1902

PASSIONE DI FAMIGLIA
DAL 1902, QUALITÀ
SENZA TEMPO



RAPPORTO INTEGRATO DI
SVILUPPO SOSTENIBILE
2024

RAPPORTO INTEGRATO DI
SVILUPPO SOSTENIBILE
2024

INDICE

GUIDA ALLA LETTURA

PAG 9

1

LA NOSTRA SOCIETÀ

PAG 13

1.1 LETTERA AGLI STAKEHOLDER DELL'AMMINISTRATORE UNICO

PAG 14

1.2 STORIA E PROFILO AZIENDALE

PAG 16

1.2.1 Purpose

PAG 22

1.2.2 Mission

PAG 23

1.2.3 Vision

PAG 24

1.3 PHILOSOPHY

PAG 25

1.4 CODICE ETICO

PAG 26

1.4.1 Legalità

PAG 28

1.4.2 Trasparenza e etica degli affari

PAG 29

1.4.3 Sviluppo e valorizzazione delle risorse umane

PAG 30

1.4.4 Qualità

PAG 31

1.4.5 Sicurezza e salute

PAG 31

1.4.6 Sostenibilità ambientale

PAG 32

1.4.7 Correttezza nella gestione delle risorse finanziarie

PAG 33

1.4.8 Tutela della proprietà industriale e intellettuale

PAG 33

1.4.9 Tutela della privacy e riservatezza

PAG 34

1.4.10 Attuazione del Codice Etico

PAG 34

1.5 SOCI

PAG 35

1.6 CORPORATE GOVERNANCE

PAG 36

1.6.1 Modello di organizzazione e gestione

PAG 36

1.6.2 La struttura giuridica

PAG 37

1.6.3 La struttura operativa

PAG 38

1.7 RATING DI LEGALITÀ

PAG 40

2

IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS

PAG 43

2.1 OLIVICOLTURA E FRANGITURA (PRODUZIONE DIRETTA)

PAG 44

2.1.1 Coltivazione e raccolta

PAG 46

2.1.2 Lavorazione e produzione

PAG 47

2.1.3 Confezionamento

PAG 48

2.1.4 Controllo qualità

PAG 49

2.1.5 Distribuzione

PAG 50

2.2 LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

PAG 51

2.3 QUELLO CHE OFFRIAMO

PAG 53

3

OBIETTIVI, MODELLO DI BUSINESS E ANALISI DI MATERIALITÀ

PAG 79

3.1 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

PAG 80

3.1.1 Goal n. 3

PAG 83

3.1.2 Goal n. 5

PAG 84

3.1.3 Goal n. 7

PAG 85

3.1.4 Goal n. 8

PAG 86

3.1.5 Goal n. 12

PAG 87

3.1.6 Goal n. 15

PAG 89

3.1.7 Goal n. 17

PAG 90

3.2 CREAZIONE DI VALORE E BUSINESS MODEL

PAG 91

3.3 STAKEHOLDER

PAG 95

3.4 IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ

PAG 96

3.5 DOPPIA MATERIALITÀ

PAG 98

4

CONTESTO OPERATIVO E DI MERCATO

PAG 103

4.1 IL MERCATO MONDIALE DELL'OLIO DI OLIVA

PAG 104

4.2 IL MERCATO ITALIANO DELL'OLIO DI OLIVA

PAG 108

4.3 ANALISI PEST E IMPLICAZIONI STRATEGICHE

PAG 117

4.3.1 Valenza e utilità

PAG 117

4.3.2 Politics

PAG 117

4.3.3 Economy

PAG 118

4.3.4 Social

PAG 119

4.3.5 Technology

PAG 120

4.3.6 Environmental e Ethical

PAG 121

4.3.7 Legal

PAG 122

5

I NOSTRI CAPITALI

PAG 125

5.1 CAPITALE UMANO

PAG 126

5.1.1 Gestione del personale

PAG 126

5.1.2 Formazione e sviluppo

PAG 130

5.1.3 Salute e sicurezza sul lavoro

PAG 131

5.2 CAPITALE FINANZIARIO

PAG 132

5.2.1 Le forme di finanziamento in essere

PAG 133

5.3 CAPITALE MATERIALE E INFRASTRUTTURALE

PAG 134

5.3.1 Investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali

PAG 134

5.4 CAPITALE ORGANIZZATIVO

PAG 135

5.4.1 Certificazioni

PAG 135

5.5 CAPITALE NATURALE

PAG 137

5.5.1 Gestione dei consumi energetici

PAG 137

5.5.2 Gestione dei rifiuti

PAG 138

5.5.3 Gestione del consumo idrico

PAG 139

5.6 CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE

PAG 140

5.6.1 Adesione a Confindustria

PAG 140

5.6.2 Adesione a Federalimentare

PAG 141

5.6.3 Adesione a Assitol

PAG 141

5.6.4 Premio Industria Felix

PAG 142

5.6.5 Collaborazione con LILT Udine - Evento "Peperoncino Day"

PAG 142

5.6.6 Partecipazione al Premio "ArmoniosaMente - Eccellenze di Puglia"

PAG 143

5.6.7 Partecipazione al progetto dell'associazione Dragon Light "Il Drago della Vita"

PAG 143

5.6.8 Collaborazione con la Fondazione Pugliese per le Neurodiversità

PAG 144

5.6.9 Partecipazione all'iniziativa "Amici per la Vita" e "Senza Sbarre"

PAG 144

6

PERFORMANCE

PAG 147

6.1 GLI ESERCIZI 2024-2023-2022

PAG 148

6.1.1 Conto economico riclassificato

PAG 149

6.1.2 Stato patrimoniale riclassificato

PAG 151

6.1.3 Prospetto delle variazioni nei conti di patrimonio netto

PAG 153

6.1.4 Rendiconto finanziario

PAG 154

6.1.5 Posizione finanziaria netta

PAG 156

6.1.6 Valore aggiunto prodotto e distribuito

PAG 157

7

LINEE PROGRAMMATICHE E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

PAG 159

7.1 PROGETTO DI ESPANSIONE

PAG 160

8

APPENDICE

PAG 173

8.1 PROSPETTO DEGLI INDICATORI GRI E ESRS

PAG 174

8.2 GLOSSARIO

PAG 180

8.3 CONTATTI

PAG 186

7.2 SVILUPPO FUTURO

PAG 161

7.2.1 Aumento capacità di produzione

PAG 162

7.2.2 Strategia green-oriented

PAG 162

7.2.3 Rafforzamento della brand identity

PAG 163

7.3 ANALISI SWOT

PAG 165

7.3.1 Punti di forza

PAG 165

7.3.2 Punti di debolezza

PAG 165

7.3.3 Opportunità

PAG 166

7.3.4 Minacce

PAG 166

7.4 PIANO OPERATIVO

PAG 167

7.4.1 Roadmap anno 2025

PAG 169

7.4.2 Roadmap anno 2026

PAG 170

7.4.3 Roadmap anno 2027

PAG 171

Guida alla lettura

Con riferimento all'esercizio 2024, Olio Levante ha redatto due documenti fondamentali: il Bilancio di esercizio e, per la prima volta, questo Rapporto Integrato di Sviluppo Sostenibile. Un passo importante e volontario, che segna la volontà dell'azienda di raccontarsi in modo più completo e trasparente, condividendo con tutti i propri stakeholder non solo i risultati economico-finanziari, ma anche le performance ambientali, sociali e di governance (ESG).

Questo Rapporto è stato redatto adottando gli standard della **Global Reporting Initiative – GRI, degli European Sustainability Reporting Standards – ESRS** e i principi e gli elementi definiti dall'**International Integrated Reporting Council – IIRC**.

Il Rapporto Integrato (Integrated Report) è frutto di un lavoro di redazione basato sui principi dell'IIRC e sulla logica del cosiddetto "pensiero integrato", un approccio che consente di unire in un unico racconto strategia, governance, performance e prospettive future, mettendo in relazione i diversi aspetti che definiscono la creazione di valore nel breve, medio e lungo termine. Il Rapporto Integrato, infatti, nasce per migliorare la qualità delle informazioni rese disponibili, promuovere un approccio più coeso ed efficace al reporting aziendale, rafforzare l'accountability e la responsabilità di gestione delle diverse forme di capitale, sostenere le azioni mirate alla creazione di valore nel tempo.

Il Rapporto Integrato dell'IIRC è un processo che ha come risultato una comunicazione chiara e concisa di come

un'impresa, tenendo conto del contesto in cui opera, sia in grado di generare valore in una prospettiva di lungo periodo. Il Rapporto Integrato deve essere predisposto in conformità al Framework emanato dall'IIRC, che guida le imprese nella scelta del modo migliore per raccontare la propria storia di creazione del valore, in modo significativo e trasparente. Il contesto operativo, che comprende le condizioni economiche e finanziarie, i cambiamenti tecnologici e le normative che regolano l'attività d'impresa, è parte integrante di questa narrazione.

Un ruolo centrale è rivestito da mission e vision, che esprimono la ragion d'essere dell'azienda in modo chiaro e conciso. La governance, dal canto suo, è chiamata a creare strutture adeguate a sostenere la capacità dell'impresa di creare valore. Ciò significa definire un'adeguata leadership, che determini l'attitudine dell'impresa verso i rischi, che stabilisca politiche e pratiche di remunerazione e di incentivazione, che monitori le attività aziendali attraverso il sistema di controllo interno, che colga le opportunità. La strategia aziendale, coerentemente, individua come massimizzare le opportunità e gestire i rischi, mentre i piani di allocazione delle risorse nel breve termine rendono operativa questa strategia.

Il cuore dell'impresa è costituito dal business model, ossia i sistemi di input, le attività di business, gli output e gli outcome. Nel Framework IIRC,

queste risorse sono definite "capitali", sei categorie che racchiudono l'intero patrimonio tangibile e intangibile dell'impresa.

I CAPITALI (CAPITALS) INCLUDONO:



La seguente Tavola esplicita gli elementi di contenuto del Rapporto Integrato, mostrando le domande cui dovrebbe far fronte in maniera circostanziata e adeguata.

ELEMENTI DI CONTESTO	DOMANDA
Panoramica organizzativa e contesto operativo	Cosa fa Olio Levante e quali sono le circostanze in cui opera?
Governance	Qual è la struttura di governance e come supporta la capacità di Olio Levante di creare valore, nel breve medio e lungo termine?
Modello di business	Qual è il business model di Olio Levante
Impatti, rischi e opportunità	Quali sono gli specifici impatti, rischi e opportunità che concernono la capacità di Olio Levante di creare valore nel breve medio e lungo termine, e come li sta affrontando?
Strategia e allocazione delle risorse	Quali sono gli obiettivi strategici di Olio Levante e come intende conseguirli?
Performance	Come ha agito Olio Levante rispetto ai suoi obiettivi strategici e quali sono i principali risultati dell'attività svolta?
Orientamento futuro	Quali sono: <ul style="list-style-type: none"> le sfide e le incertezze che Olio Levante potrebbe incontrare nel perseguimento dei propri obiettivi strategici? le potenziali implicazioni per il business model e le future performance?

Il Rapporto Integrato è un documento unico che racchiude sia le informazioni descrittive e finanziarie contenute nel Bilancio Tradizionale, sia le informazioni descrittive e non finanziarie contenute nel Rapporto di Sostenibilità, in un'ottica non meramente additiva ma di "innovazione trasformativa".

IL RAPPORTO INTEGRATO INFATTI:

1. unisce la disciplina che deriva dalla rendicontazione esterna alla disciplina che proviene dalla rendicontazione interna;
2. rende la rendicontazione di un'impresa il più utile possibile per tutti gli stakeholder;
3. richiede un alto livello di collaborazione all'interno di Olio Levante;
4. pretende un alto livello di collaborazione con le componenti esterne a Olio Levante;
5. riduce il rischio reputazionale;
6. aumenta la valenza della sostenibilità;
7. consente di essere trasparenti e di comunicare in modo strategico.





1. LA NOSTRA SOCIETÀ

1.1

LETTERA AGLI STAKEHOLDER DELL'AMMINISTRATORE UNICO

Cari Stakeholder,

c'è un filo invisibile che da oltre un secolo lega la nostra storia alle persone e alla terra che ci ospita: è fatto di passione, di rispetto per la tradizione e di un impegno costante verso il futuro.

Da **122 anni**, in **Olio Levante**, ogni goccia di olio racconta una storia di dedizione, di mani sapienti e di cura per la qualità, perché crediamo che il vero valore di ciò che facciamo non sia soltanto nel prodotto che arriva sulle vostre tavole, ma nelle relazioni che costruiamo e nel benessere che contribuiamo a generare.

Oggi compiamo un passo importante, che va oltre il semplice rendiconto dei risultati economici, patrimoniali e finanziari illustrati

nel bilancio d'esercizio. Con questo primo Rapporto Integrato di Sviluppo Sostenibile vogliamo condividere con voi la nostra visione, fatta di **fiducia, trasparenza e responsabilità**. Perché produrre un grande olio significa anche prendersi cura del territorio, delle persone e delle generazioni future. Questo documento è, per noi, un impegno scritto: il racconto di come tradizione e innovazione possano camminare insieme, trasformando un mestiere antico in una promessa di sostenibilità e di valore condiviso. Con soddisfazione e orgoglio segnalo che, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, **Olio Levante** ha raggiunto traguardi significativi:

crescita del **fatturato**

+38,0%

ROI pari al

6,4%

ROE pari al

13,9%

Questi risultati raccontano la bontà del lavoro svolto da quanti operano nella e per Olio Levante, con passione e professionalità. Ma, per noi, non basta. Perché sono da sempre convinto che l'attività d'impresa, oltre ad essere finalizzata al perseguimento di obiettivi di natura reddituale, deve assolvere una

fondamentale funzione sociale: creare valore condiviso, trasferendo al territorio una testimonianza concreta di successo economico che ha anche una **valenza etica**. E i fatti lo dimostrano. Nell'esercizio 2024, **Olio Levante** ha generato un **Valore Aggiunto** pari a **6,5 milioni di euro**, così distribuiti:

58,2%

al sistema Impresa;

22,7%

alle Risorse umane

19,0%

al sistema Stato

0,1%

in beneficenza

Numeri che si inseriscono in una storia più ampia, quella di un'impresa nata da radici solide e ben piantate nel territorio, **le cui origini affondano nella passione per un'arte antica**.

Con amore e dedizione, dal 1902 Olio Levante si dedica alla produzione di olio extra vergine di oliva di qualità, tramandando l'esperienza delle generazioni passate e utilizzando metodi di lavorazione antichi sapientemente combinati alle più moderne tecnologie e ai dettami dell'economia circolare.

L'amore per la qualità si riflette in ogni aspetto: dalla scelta delle materie prime al processo di produzione e distribuzione, Olio Levante pone la massima attenzione a ogni dettaglio, affinché ogni prodotto rispecchi i più alti standard.

Un impegno verso l'eccellenza che porta Olio Levante ad avanzare nel percorso verso il futuro con un progetto di ampliamento improntato all'innovazione e alla sostenibilità.

Con questo primo Rapporto Integrato di Sviluppo Sostenibile intendiamo rendere conto in modo trasparente delle nostre performance **ambientali, sociali e di governance (ESG)** e dei nostri risultati economico-finanziari, secondo gli standard più autorevoli: la **Global Reporting Initiative – GRI**, gli **European Sustainability Reporting Standards – ESRS** e i principi dell'**International Integrated Reporting Council – IIRC**.

Per noi questo documento non è soltanto un rendiconto: è una **promessa**, un impegno quotidiano per continuare a creare valore condiviso nel rispetto delle persone e del pianeta. A tutti voi, che ogni giorno ci sostenete e ci date fiducia, va il mio più sincero ringraziamento e l'augurio di una buona lettura.



Riccardo Cassetta
Amministratore Unico



1.2

STORIA E PROFILO AZIENDALE

Passione di famiglia, qualità senza tempo

Una tradizione che si tramanda di generazione in generazione, con lo stesso amore per le cose genuine. Una storia lunga 122 anni, che racconta l'autenticità di un lavoro artigiano e il legame per la propria terra. Una profonda passione per una tradizione antica, che rivive in ogni goccia d'olio.

1902

LE ORIGINI DI UNA TRADIZIONE DI FAMIGLIA

Ad **Andria**, nel cuore della Puglia, la famiglia Cassetta avvia un piccolo frantoio per la selezione delle mandorle e la molitura delle olive. Tra ulivi secolari della pregiata cultivar Coratina nasce un olio extra vergine grezzo e non filtrato, frutto di un paziente lavoro artigianale con macine di pietra. È l'inizio di una storia costruita con mani sapienti e rispetto per la terra.

1905-1910

I PRIMI APPREZZAMENTI

La qualità dell'olio conquista l'apprezzamento anche oltre i confini cittadini. La richiesta cresce e i mezzi tradizionali non bastano più: arriva la prima motocicletta aziendale, simbolo di modernità e testimonianza di un passo coraggioso verso il futuro, oggi ancora custodita in azienda.

1912

IL RICONOSCIMENTO DI UN'ARTE FAMILIARE

A dieci anni dalla fondazione, i frantoi Levante diventano un importante punto di riferimento: l'olio prodotto, apprezzato per il suo carattere autentico e la lavorazione artigianale, inizia a essere considerato il risultato di una vera arte di famiglia. È in questi anni che si rafforza il legame indissolubile tra tradizione e territorio, un rapporto che diventerà un tratto distintivo.

1950 - 1970

L'ORO DI PUGLIA CONQUISTA L'ITALIA

Negli anni che vedono il consolidamento industriale dell'azienda, entra a far parte della famiglia Levante una Bianchina, che sarà il primo mezzo utilizzato per la consegna del pregiato olio ai consumatori del Nord Italia. È l'inizio di un emozionante viaggio, che porterà i profumi e i sapori della Puglia ad entrare nelle case di tutti gli italiani, consolidando il legame tra tradizione e innovazione.

1990 - 2000

QUALITÀ OLTRE I CONFINI

Olio Levante partecipa alle prime fiere internazionali e acquisisce notorietà dapprima in Germania e Francia, per poi espandersi in tutto il mondo. L'olio extra vergine d'oliva comincia ad essere esportato in numerosi Paesi, primo fra tutti il Giappone (dal 1994). Le linee di produzione vengono potenziate compatibilmente alle esigenze di mercato, per far fronte alla crescente richiesta di olio in differenti formati.

2002

UN MARCHIO RICONOSCIUTO A LIVELLO GLOBALE

Quando compie 100 anni, Olio Levante è un marchio rinomato e riconosciuto anche oltre i confini nazionali: presente in 47 Paesi del mondo, dall'America all'Australia, dall'Africa all'Asia. È un traguardo che consacra un secolo di passione per l'arte olearia: 100 anni di tradizione e impegno.

2019

EVOLUZIONE E NUOVA IDENTITÀ

Olio Levante rinnova la Brand Identity e amplia la sua produzione con nuove varietà di Extra Vergine di altissima qualità. Un'evoluzione naturale, frutto di resilienza e capacità di rinnovarsi senza tradire i valori originari: la nuova immagine riflette l'autenticità, il carattere e la personalità che da sempre contraddistinguono l'azienda.

2022

120 ANNI DI STORIA, UN TRIBUTO ALLE RADICI

Il 120° anniversario diventa un momento di celebrazione e di profonda riconoscenza per una visione che ha saputo attraversare più di un secolo, rimanendo fedele ai valori originari. Per onorare il capostipite della famiglia, Nicola Cassetta, nasce la linea di Oli Extra Vergine Masseria San Nicola: un'etichetta esclusiva che racconta la storia di cinque generazioni.

2024

UNA CRESCITA CHE GUARDA LONTANO

Apprezzato in 53 Paesi del mondo, Olio Levante si proietta verso il futuro con un ambizioso progetto di ampliamento. Con il raddoppio della superficie totale e un significativo potenziamento della capacità produttiva, l'azienda punta a consolidare la presenza sui mercati internazionali. Un progetto ambizioso, ma sempre coerente con i valori che hanno fatto grande il marchio: qualità, autenticità e rispetto per la tradizione.

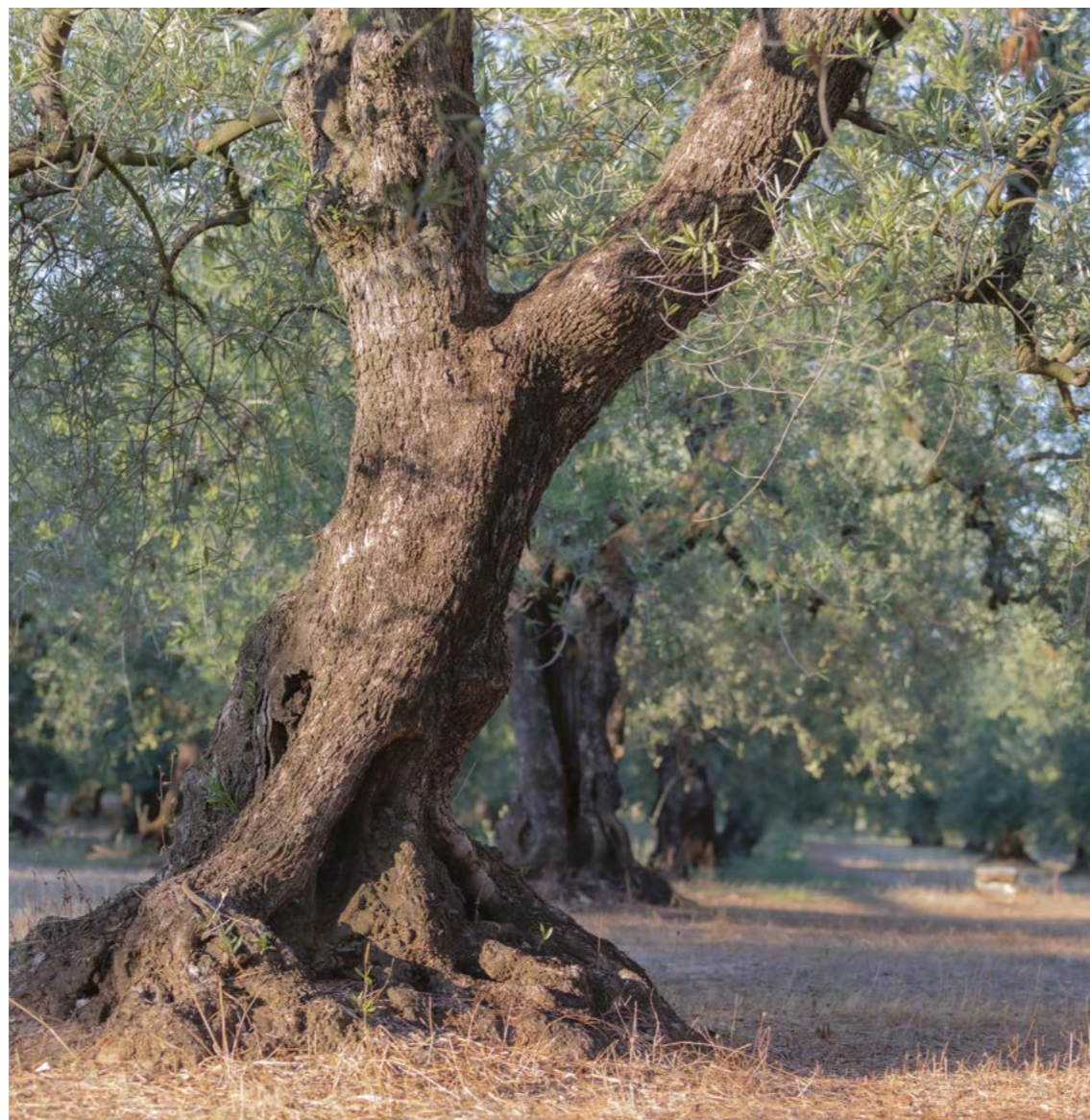
2025

UN NUOVO IMPEGNO PER IL FUTURO

Con la pubblicazione del primo Bilancio Integrato di Sviluppo Sostenibile, Olio Levante rafforza la propria responsabilità verso persone, comunità e ambiente. Una scelta che testimonia l'impegno a coniugare qualità, innovazione e sostenibilità, continuando a portare nel mondo l'eccellenza dell'olio pugliese.

L'AUTENTICITÀ DELLA PUGLIA IN OGNI GOCCIA D'OLIO

Il calore avvolgente del sole che accarezza campi sconfinati. Il profumo della terra, custode di antiche tradizioni. La sontuosità di olivi secolari, che in essa affondano le loro radici. Amore, passione, rispetto per la Natura. Una goccia d'olio non è solo il frutto di un processo produttivo ma un vero e proprio connubio di sensazioni ed emozioni.



La storia della nostra azienda, lunga oltre 120 anni, nasce proprio da qui: dall'amore per le proprie origini e per la propria terra. Un territorio ricco di storia, di fascino e di emozioni, una terra antica e fertile, accarezzata dal caldo sole del Sud da cui nascono frutti preziosi. Il nostro Olio Extra Vergine di Oliva è un ingrediente antico e autentico proprio come la terra che accoglie gli ulivi: "l'Oro della Puglia", il frutto sapiente della dedizione per un lavoro che si tramanda da secoli tra chi, con passione, si prende cura della terra.

È impossibile immaginare la Puglia senza il protagonista assoluto di questo territorio, l'ulivo. La produzione dell'olio inizia proprio dalla cura naturale del terreno su cui si estendono questi uliveti secolari e dai quali le olive vengono raccolte con metodi tradizionali nel pieno rispetto della Natura. Da qui nasce, ogni anno, un prodotto che delizia anche i più raffinati palati, che racchiude in sé l'esclusivo patrimonio di profumi e sapori della più genuina tradizione pugliese.

Tra le diverse varietà di olive coltivate, ve ne è una molto pregiata, la Cultivar Coratina, che affonda le proprie radici in una terra che accoglie splendide pietre carsiche baciata da un sole di antica memoria. Sono gli uliveti che si estendono alle pendici di Castel del Monte, da cui si ottiene l'Olio Extra Vergine Dop Terra di Bari, la denominazione di origine protetta dell'Evo pugliese più famosa nel mondo.





Un'eccellenza riconosciuta a livello nazionale e internazionale



Dal Rapporto Ismea-Qualivita 2024 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG emerge che il settore dell'olio di oliva in Italia conta 50 denominazioni, di cui 42 DOP e 8 IGP, rappresentando nel 2023 l'1% del valore alla produzione e il 2% del valore all'export

del settore delle Indicazioni Geografiche agroalimentari dell'Italia. Terra di Bari DOP nel 2023 rappresenta il 33,5% della Produzione certificata, il 29,6% del Valore alla produzione, il 26,8% del Valore al consumo e il 24,7% del Valore all'export.

DATI ECONOMICI 2023 OLI DI OLIVA DOP IGP

12.355 ton

-6,4 % PRODUZIONE CERTIFICATA

115 mln €

+32,6 % VALORE ALLA PRODUZIONE

168 mln €

+18,1 % VALORE AL CONSUMO

81 mln €

+30,5 % VALORE ALL' EXPORT

NUMERI DELLA FILIERA

50 PRODOTTI DOP (42), IGP (8)

25 CONSORZI DI TUTELA

25.004

OPERATORI DELLA FILIERA

110.789

OCCUPATI SETTORE

IMPATTO REGIONALE (milioni €)

- Puglia **37**
- Sicilia **29**
- Toscana **27**
- Liguria **5,1**
- Umbria **3,8**
- Lazio **3,4**
- Veneto **3,1**
- Sardegna **1,4**
- Lombardia **0,9**
- Calabria **0,9**
- Campania **0,9**
- Emilia-Romagna **0,8**
- Trentino-Alto Adige **0,6**
- Abruzzo **0,6**
- Marche **0,3**
- Molise **0,2**
- Basilicata **0,1**
- Friuli Venezia Giulia **0,01**
- Piemonte
- Valle d'Aosta

TOP FIVE VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni €)



34
Terra di Bari DOP



26
Toscano IGP



14
Sicilia IGP



8,9
Val di Mazara DOP



5,1
Riviera Ligure DOP

Prodotto	PRODUZIONE CERTIFICATA (tonnellate)			VALORE ALLA PRODUZIONE (milioni di euro)			VALORE AL CONSUMO (milioni di euro)			VALORE ALL'EXPORT (milioni di euro)		
	2022	2023	Var 23/22	2022	2023	Var 23/22	2022	2023	Var 23/22	2022	2023	Var 23/22
Terra di Bari DOP	4.982	4.480	-10,1%	24	34	+42,3%	41	45	+9,7%	17	20	+21,3%
Toscano IGP	1.910	2.159	+13,0%	17	26	+50,7%	29	43	+50,7%	25	38	+48,7%
Sicilia IGP	1.616	1.568	-3,0%	10,2	14	+37,1%	16	16	+2,9%	10,5	10	-1,7%
Val di Mazara DOP	1.484	1.156	-22,1%	8,3	8,9	+6,6%	14	13	-3,7%	3,1	3,3	+5,1%
Riviera Ligure DOP	284	310	+9,1%	4,0	5,1	+28,6%	6,0	7,4	+24,7%	0,5	0,7	+44,6%
Umbria DOP	431	403	-6,5%	3,8	3,8	-0,3%	6,3	6,1	-4,1%	1,4	1,8	+26,1%
Garda DOP	193	244	+26,2%	2,4	3,5	+44,8%	5,8	8,5	+47,2%	0	0	-
Valli Trapanesi DOP	302	360	+19,3%	1,7	2,7	+62,3%	3,0	4,3	+41,4%	0,6	1,0	+61,0%
Monti Iblei DOP	107	226	+112,0%	1,1	2,5	+113,3%	1,5	3,4	+127,2%	1,0	2,4	+129,5%
Sabina DOP	102	112	+9,3%	0,9	1,5	+61,8%	2,0	1,5	-23,6%	0	0	+47,4%
Altri prodotti DOP IGP	1.784	1.337	-25,0%	13	13	-0,6%	18	18	+3,5%	2,6	3,2	+24,2%
Totale oli di oliva	13.194	12.355	-6,4%	87	115	+32,6%	142	168	+18,1%	62	81	+30,5%

1.2.1 Purpose

“Migliorare la qualità della vita delle persone, contribuire al benessere della società e alla tutela del pianeta, unendo la forza della tradizione all’energia dell’innovazione nel settore oleario.”

Questo è il principio che guida ogni nostra scelta: produrre un olio che non sia solo eccellenza gastronomica, ma anche espressione di cura per il territorio, rispetto per l’ambiente e attenzione alla salute e al benessere delle persone. Per noi innovare significa preservare i

valori di sempre, reinterpretandoli con tecnologie moderne e processi sostenibili. È un impegno che nasce dall’amore per la terra pugliese, dalla volontà di generare valore condiviso e dalla consapevolezza che ogni goccia d’olio racchiude una responsabilità verso le generazioni future.

1.2.2 Mission

“Un olio buono e ben fatto: il segreto del benessere che migliora la qualità della vita.”

Per noi, questo significa mettere in pratica ogni giorno un impegno concreto: selezionare con cura le migliori materie prime, garantire processi di lavorazione rispettosi dell’ambiente e portare sulle tavole un prodotto che unisce bontà, salute e tradizione. Da oltre 120 anni, la nostra identità è plasmata dall’esperienza dei mastri oleari e dal legame profondo con la Puglia, una terra che ci dona il suo patrimonio più prezioso, gli ulivi secolari e l’autenticità dei loro frutti.

Olio Levante agisce con obiettivi chiari:

- proteggere e valorizzare il territorio, adottando pratiche produttive sostenibili;
- trasferire alle generazioni future un’eredità di qualità, unendo alla sapienza artigianale le più avanzate tecnologie del settore;
- offrire alle persone un olio che faccia bene, perché buono non è solo un gusto, ma un atto di rispetto verso chi lo sceglie e verso il pianeta.

Ogni goccia del nostro olio è, così, il risultato di scelte consapevoli. Un piccolo gesto quotidiano che contribuisce a migliorare la vita delle persone, oggi e domani.

In ogni goccia d’olio c’è più di un prodotto: c’è il rispetto per la terra, l’impegno per le comunità e la passione di chi da 122 anni si prende cura della qualità con dedizione e responsabilità.



1.2.3

Vision

“Un olio buono e ben fatto per le persone, che nasce dal rispetto per la terra e per le generazioni future.”

La nostra Vision guarda al futuro con fiducia: creare valore per chi ci sceglie, per le comunità in cui operiamo e per l'ambiente, mantenendo intatta l'autenticità che ci accompagna dal 1902. Vogliamo essere ambasciatori di un'eccellenza pugliese che sia sinonimo di qualità, sostenibilità e benessere, perché ogni goccia d'olio racconti una storia di cura, responsabilità e passione. Siamo convinti che la crescita economica abbia senso solo se è capace di creare valore condiviso, generando impatto positivo per le comunità e preservando le

risorse naturali per le generazioni future. Per questo investiamo costantemente in innovazione, migliorando i nostri processi produttivi senza rinunciare alla qualità artigianale che da sempre ci contraddistingue. Così il nostro olio parla al mondo di una terra generosa, della passione di chi la lavora con dedizione da oltre 120 anni e di un impegno che guarda lontano, con l'obiettivo di rendere questo prodotto non solo un alimento, ma un **simbolo di benessere e responsabilità verso il pianeta.**



PHILOSOPHY

1.3

“Guardare al futuro senza dimenticare il passato.”

È questa la filosofia che contraddistingue la nostra azienda: da un lato una struttura all'avanguardia con macchinari di ultima generazione, dall'altro la tradizione di famiglia delle molazze di pietra dei vecchi frantoi. Un doppio binario passato-futuro che viaggia separatamente ma che, allo

stesso tempo, si interseca e si fonde. È da qui che la nostra filosofia prende forma, plasmandosi giorno dopo giorno e dando corpo alla nostra idea di “olio buono”: quello che profuma di antiche tradizioni sempre nel rispetto di tutti gli standard qualitativi.

Lavoro che custodisce tradizione

Il lavoro di mani sapienti, fatto di gesti antichi che si ripetono metodicamente nel tempo. La cura degli uliveti, la raccolta delle olive, la frangitura: sono momenti di vera memoria, riti che si tramandano di generazione in generazione e che mantengono vivo il forte legame per la propria terra.



Amore per la nostra Terra

Terra antica e feconda che accoglie radici secolari, quelle degli uliveti pugliesi e quelle di una famiglia di olivicoltori del Sud. Un rapporto profondo e viscerale, alimentato dalla passione per la semplicità e per la genuinità e guidato dall'antica esperienza nel pieno rispetto della Natura.

Natura che ispira

Natura, madre e fonte di ispirazione, da cui nascono frutti pregiati che regalano ogni anno un raffinato “oro verde”. È dispensatrice di doni preziosi, da accogliere con cura, e ci insegna a vivere il cambiamento fluendo nello scorrere del tempo senza mai contraddire la propria essenza.



Olio Levante è il risultato di una filosofia che profuma di antico ma sa vivere nel presente: un olio che racchiude genuinità, sapori unici e una promessa di eccellenza in ogni goccia.

1.4

CODICE ETICO

Olio Levante S.r.l., con sede ad Andria (BT), Via Barletta 238, opera da sempre nel rispetto dei più alti standard di qualità e trasparenza.

La Società opera nel settore della produzione, stoccaggio, confezionamento e vendita di olio extra vergine di oliva (DOP, biologico e convenzionale) e di altri oli alimentari sfusi o confezionati. In particolare, l'azienda si rivolge sia al mercato italiano che a quello estero e, grazie alla sua struttura organizzativa, alla selezione delle migliori materie prime e all'etica commerciale che da sempre la caratterizza, è in grado di offrire ai propri Clienti una vasta gamma di prodotti di elevata qualità senza trascurare la sostenibilità ambientale della propria attività.

Operare nel pieno rispetto delle leggi e dei principi di chiarezza e trasparenza è per l'azienda un impegno irrinunciabile. Per questo motivo, il 27 dicembre 2024 l'Amministratore Unico ha approvato il Codice Etico aziendale, uno strumento essenziale per garantire comportamenti coerenti con i valori che guidano Olio Levante.

La decisione di dotarsi di un Codice Etico nasce dalla volontà di coniugare la crescita economica con i principi di utilità sociale richiamati dall'**art. 41 della Costituzione Italiana**. Il Codice ha validità sia in Italia che all'estero ed è vincolante per tutti: amministratori, soci, dirigenti, dipendenti, collaboratori e chiunque operi, a qualunque livello, all'interno dell'azienda.

Questo documento è uno degli strumenti posti in essere dalla società al fine di garantire la diffusione e l'osservanza di

principi, norme e standard generali di comportamento atti alla salvaguardia dei valori etici di riferimento. È uno degli elementi indispensabili del **Modello Organizzativo, Gestionale e di Controllo** societario previsto dal D.Lgs. n. 231/2001 e contiene disposizioni e linee guida di condotta specificamente rivolte a prevenire la commissione di illeciti, anche di rilevanza penale previsti dal medesimo decreto, oltre che a realizzare l'oggetto sociale.

Soci, azionisti, amministratori, direttori, sindaci, collaboratori, dipendenti e coloro i quali a qualunque titolo e con qualsiasi livello operino nella società devono pertanto astenersi dal porre in essere, contribuire o dare causa alla realizzazione di comportamenti che, sebbene risultino tali da non costituire di per sé fattispecie di reato, possano anche solo favorirli. Allo stesso tempo, Olio Levante si impegna a promuovere e adottare misure efficaci per garantire che il rispetto della legge, delle procedure interne e dei principi etici diventi una pratica quotidiana e condivisa.

Il Codice Etico rappresenta così non solo un requisito formale, ma un vero e proprio impegno morale: un insieme di principi e standard comportamentali che riflette l'identità aziendale e che tutela i valori che guidano Olio Levante da oltre un secolo.

I principi fondamentali che ispirano il Codice Etico sono riportati nella Tavola dei Valori e approfonditi nel prosieguo del documento.



PRINCIPI FONDAMENTALI

Legalità

Trasparenza e etica degli affari

Sviluppo e valorizzazione delle risorse umane

Qualità

Sicurezza e salute

Sostenibilità ambientale

Correttezza nella gestione delle risorse finanziarie

Tutela della proprietà industriale e intellettuale

Tutela della privacy e riservatezza

1.4.1

Legalità

Olio Levante considera il rispetto della legge un principio imprescindibile. Ogni attività viene svolta nel pieno rispetto delle normative vigenti nei Paesi in cui l'azienda opera e viene richiesto a tutti i collaboratori e partner di aderire a questo valore fondamentale. L'azienda non instaura né mantiene rapporti con chi non intenda conformarsi a tali regole, perché ritiene che la crescita economica abbia senso solo se fondata su basi solide, trasparenti e rispettose delle persone. Si impegna, inoltre, a competere sul mercato secondo principi di equa e libera concorrenza e trasparenza, mantenendo rapporti corretti con tutte le istituzioni pubbliche, con la cittadinanza e con le altre imprese.



Trasparenza e etica degli affari

1.4.2

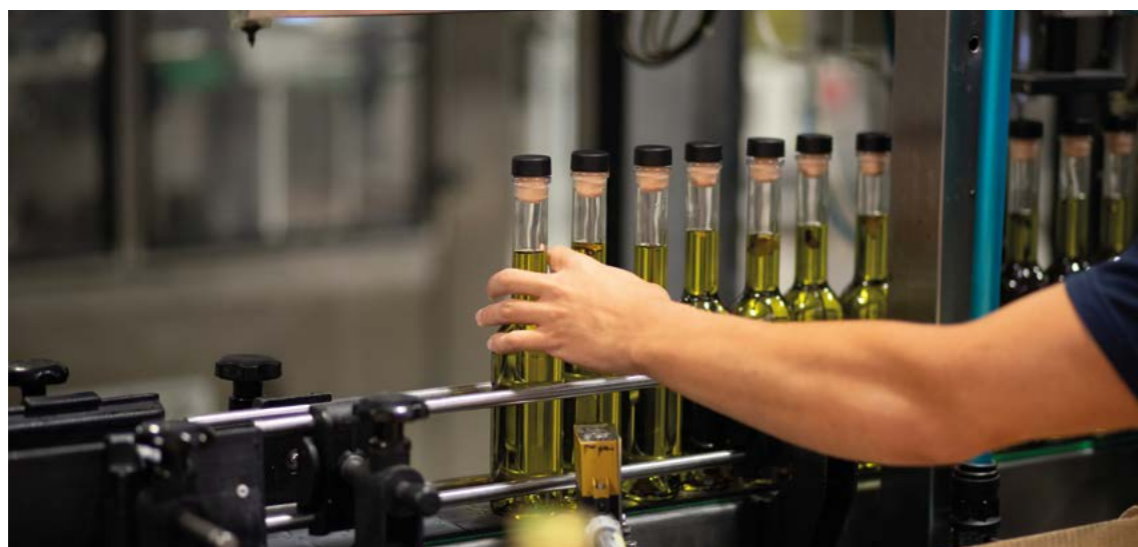
Per Olio Levante, l'etica degli affari è un principio imprescindibile, fondato su valori chiari e condivisi:

- **non discriminazione**, nel senso che la Società evita ogni discriminazione in base a età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute, razza, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose dei suoi interlocutori;
- **affidabilità**, intesa quale garanzia di assoluta serietà nei progetti, nelle transazioni e negli impegni assunti;
- **trasparenza**, ossia la garanzia di fornire a tutti i suoi interlocutori un'informazione trasparente, attendibile e completa in relazione alla propria situazione economica, patrimoniale e finanziaria e alle prospettive di sviluppo;
- **correttezza in ambito contrattuale**, vale a dire il rispetto del principio di buona fede nella negoziazione ed esecuzione delle obbligazioni assunte;
- **tutela della concorrenza**, intesa come impegno ad astenersi da comportamenti collusivi, predatori e di abuso della propria posizione di forza nei confronti dei partner contrattuali.

1.4.3 Sviluppo e valorizzazione delle risorse umane

Olio Levante riconosce nelle risorse umane un elemento essenziale di successo e di sviluppo. Il contributo professionale di chi opera per l'azienda – dipendenti, agenti e collaboratori – rappresenta un patrimonio di competenze e valori che va tutelato e valorizzato.

Per questo, la Società pone al centro del proprio operato quotidiano il dialogo, lo scambio di informazioni, la valorizzazione del talento e la crescita professionale.



Questo impegno si traduce:

- nella creazione di un ambiente di lavoro capace di valorizzare il contributo e le potenzialità del singolo mediante la graduale responsabilizzazione;
- nella realizzazione di un sistema di relazione che privilegi il lavoro di squadra rispetto al rapporto gerarchico;
- nello sforzo quotidiano finalizzato alla condivisione di competenze e conoscenze anche attraverso l'utilizzo di sistemi innovativi;
- nel promuovere la parità di genere e l'inclusività.
- Nella gestione dei rapporti contrattuali che implicano l'instaurarsi di relazioni gerarchiche, la Società si impegna a far sì che l'autorità sia esercitata con equità e correttezza e che sia evitata ogni forma di abuso. In particolare, garantisce che l'autorità non si trasformi in esercizio del potere lesivo della dignità ed autonomia della persona.

Qualità

1.4.4

La qualità è un obiettivo imprescindibile per Olio Levante, che negli anni ha ottenuto importanti certificazioni a conferma del proprio impegno verso l'eccellenza.

L'azienda garantisce prodotti di elevato standard qualitativo, nel pieno rispetto delle normative comunitarie in materia di sicurezza alimentare, con l'obiettivo primario di tutelare la salute del consumatore.

Olio Levante assicura che ogni prodotto commercializzato sia pienamente conforme alle caratteristiche dichiarate nelle informazioni diffuse al pubblico, mantenendo così un rapporto di fiducia e trasparenza con i propri clienti.

Allo stesso tempo, l'azienda pianifica e implementa azioni concrete in materia di sostenibilità finalizzate a creare valore nel lungo periodo per tutti gli stakeholders, coniugando qualità, responsabilità e rispetto per l'ambiente.

Sicurezza e salute

1.4.5

Olio Levante considera la sicurezza e la tutela della salute un valore fondamentale e si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro per dipendenti, agenti, collaboratori e utenti. L'azienda promuove e consolida una vera e propria cultura della sicurezza, sviluppando la consapevolezza dei rischi e incoraggiando comportamenti responsabili da parte di tutti i destinatari.

Tutti i dipendenti e i collaboratori sono tenuti a rispettare le norme e le procedure interne in materia di prevenzione dei rischi e di tutela della salute e della sicurezza. Parallelamente, Olio Levante assicura il pieno e scrupoloso rispetto delle normative vigenti in tema di sicurezza sul lavoro, a garanzia della protezione e del benessere di ogni persona coinvolta nelle proprie attività.

1.4.6 Sostenibilità ambientale

Olio Levante opera nel pieno rispetto dell'ambiente, ricercando costantemente un equilibrio sostenibile tra la redditività delle proprie iniziative economiche e la tutela delle risorse naturali. Questo impegno nasce anche dalla volontà di prevenire qualsiasi rischio per le comunità e per l'ambiente circostante.

L'attenzione alla sostenibilità ambientale si traduce in azioni concrete: dalla produzione di olio extra vergine di oliva biologico, privo di pesticidi, all'impiego di fonti di energia rinnovabili. Tra le iniziative adottate rientrano l'installazione di un sistema di pannelli fotovoltaici che copre l'intero processo produttivo, l'utilizzo delle acque reflue di vegetazione come fertilizzante naturale e l'impiego del nocciolino disidratato come combustibile.

Con queste scelte, l'azienda conferma la propria volontà di coniugare qualità, innovazione e responsabilità ambientale, creando valore non solo per il presente ma anche per le generazioni future.



Correttezza nella gestione delle risorse finanziarie

1.4.7

Olio Levante gestisce le proprie risorse finanziarie nel pieno rispetto dei principi di trasparenza, liceità e tracciabilità delle operazioni, conformemente alle normative nazionali e internazionali in materia di antiriciclaggio.

Ogni Destinatario che sia autorizzato alla gestione di flussi di denaro verso l'esterno deve utilizzare mezzi di pagamento tracciabili, nel rispetto delle procedure interne aziendali, ed è tenuto a verificare il destinatario dei fondi, affinché sia ragionevolmente accertato che il denaro in uscita dalla società non venga destinato in tutto od in parte alla commissione di atti illeciti.

Tutela della proprietà industriale e intellettuale

1.4.8

La Società svolge le proprie attività rispettando i diritti di proprietà industriale ed intellettuale di terzi, nonché le leggi, i regolamenti e le convenzioni in materia.

I Destinatari dovranno svolgere adeguati controlli e verifiche per evitare che, nello svolgimento delle attività aziendali, possa realizzarsi un utilizzo illecito e/o improprio, in qualsiasi forma, di altrui marchi e/o segni distintivi, ovvero di brevetti, disegni o modelli industriali, sia nazionali sia esteri, nonché di opere dell'ingegno protette dal diritto d'autore.

1.4.9

Tutela della privacy e riservatezza

Olio Levante assicura l'adozione di procedure atte a garantire la riservatezza delle informazioni in proprio possesso e l'osservanza della normativa in materia di protezione dei dati personali.

Nel trattamento dei dati del proprio personale, e di tutti i collaboratori e partner contrattuali, l'azienda si attiene alle disposizioni contenute nel Regolamento europeo 679/2016.

A tutti i Destinatari è fatto espresso divieto di diffondere o comunicare indebitamente a terzi le informazioni aziendali riservate, ovvero di utilizzarle per scopi non strettamente connessi all'esercizio della propria attività professionale, o comunque in violazione delle disposizioni di legge applicabili.

1.4.10

Attuazione del Codice Etico

Il Codice Etico è parte integrante del sistema di controllo e prevenzione degli illeciti instaurato da Olio Levante ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

La società affida la concreta attuazione del Codice Etico e il monitoraggio sulla sua corretta applicazione al proprio Organismo di Vigilanza - OdV.

Tutti i Destinatari si impegnano a segnalare tempestivamente ogni eventuale violazione del Codice Etico della quale siano venuti a conoscenza nello svolgimento dei rispettivi compiti.

Le segnalazioni dovranno pervenire all'OdV tramite il canale di segnalazione Whistleblowing, e l'OdV farà quanto necessario per garantire l'assoluto anonimato del segnalante e proteggerlo da qualsiasi ritorsione nel rispetto della normativa.

Le disposizioni del Codice Etico sono parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dal personale nonché dai soggetti aventi relazioni d'affari con la società.

La violazione dei principi e dei comportamenti indicati nel Codice Etico compromette il rapporto di fiducia tra l'azienda e gli autori della violazione, siano essi amministratori, dipendenti, consulenti, collaboratori, clienti o fornitori.

I SOCI

1.5

Olio Levante S.r.l. è una realtà a forte carattere familiare, guidata da una governance che unisce tradizione e visione imprenditoriale.

La proprietà è così suddivisa: Riccardo Cassetta detiene il 32,5% delle quote, mentre Giovina Cassetta, Maria Cassetta e Angela Cassetta possiedono ciascuna il 22,5%.

Questa struttura societaria, radicata nella continuità generazionale, riflette la solidità dei valori su cui l'azienda è fondata e garantisce una gestione coerente con la sua storia centenaria. L'impegno condiviso dei soci è volto a preservare l'autenticità del marchio, sostenere la crescita sostenibile e mantenere vivo il legame con la terra pugliese, che da sempre rappresenta la vera anima di Olio Levante.



1.6

CORPORATE GOVERNANCE

1.6.1

Modello di organizzazione e gestione

Olio Levante S.r.l. è dotata di un Modello di Organizzazione e Gestione – MOG ai sensi del D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, che è stato approvato dall'Amministratore Unico in data 27 dicembre 2024.

In particolare, mediante l'individuazione delle "aree di attività a rischio" e la conseguente proceduralizzazione di tali attività, il Modello si propone le seguenti finalità:

- determinare, in tutti coloro che operano per la Società nelle "aree di attività a rischio", ovvero sono sottoposti alla direzione o vigilanza di questi ultimi, la consapevolezza di poter incorrere, in caso di violazione delle disposizioni ivi riportate, nella commissione di un illecito passibile di sanzioni non solo nei propri confronti, ma anche nei confronti dell'azienda;
- ribadire che tali forme di comportamento illecito sono fortemente disapprovate dalla Società, in quanto, anche nel caso la Società fosse apparentemente in condizione di trarre vantaggio dalle stesse, esse sono comunque contrarie, oltre che alle disposizioni di legge, anche ai principi etici e sociali che ispirano i comportamenti ai quali Olio Levante S.r.l. intende attenersi nell'espletamento della missione aziendale e che sono contemplati nel Codice Etico adottato;
- consentire alla Società, grazie ad un'azione di monitoraggio sulle "aree di attività a rischio", di intervenire tempestivamente, per quanto di propria competenza, per prevenire la commissione dei reati stessi contrastando i comportamenti ritenuti censurabili.

Il MOG esplicita e formalizza il modello di organizzazione, gestione e controllo previsti dal Decreto ed ha per oggetto:

- i contenuti del Decreto, l'identificazione dei reati e dei soggetti interessati;
- l'individuazione e la valutazione dei "processi a rischio";
- il modello di organizzazione e gestione a tutela della Società;
- i principi e requisiti del sistema dei controlli;
- l'Organismo di Vigilanza;
- il sistema sanzionatorio;
- le modalità di comunicazione e formazione;
- le modalità di attuazione e aggiornamento del MOG stesso.

A tal fine il MOG richiama le disposizioni contenute nello Statuto della Società, i principi di gestione e amministrazione, la sua struttura organizzativa, le norme procedurali interne, l'ambiente di controllo e i sistemi di controllo.

Con riferimento a tutte le aree a rischio, sono stati presi in esame gli eventuali rapporti indiretti che Olio Levante S.r.l. intrattiene, o potrebbe intrattenere, tramite soggetti terzi ed in particolare con la Pubblica Amministrazione.

Le linee guida del Modello fanno riferimento a regole comportamentali precise inerenti all'area del "fare" e del "non fare", ispirate ai principi del Codice Etico, e definiscono in modo chiaro ciò che è consentito e ciò che è vietato, rafforzando così il sistema di prevenzione e controllo interno.

La struttura giuridica

1.6.2

Olio Levante S.r.l. è una Società a Responsabilità Limitata con un capitale sociale pari a 1.000.000 di euro, interamente sottoscritto e versato dai soci. Ha sede legale in Via Barletta 238, Andria (BT), CAP 76123, ed è iscritta alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bari con codice REA BA-486826.

Oggetto sociale di Olio Levante è l'esercizio di un opificio industriale tecnicamente organizzato per la produzione di olio d'oliva anche biologico, l'imbottigliamento, l'estrazione, la raffinazione, il confezionamento di prodotti agricoli e/o alimentari di ogni genere (tra cui particolarmente olio di oliva e di semi), il commercio all'ingrosso e al dettaglio di olii d'oliva e/o di semi, di prodotti agricoli e/o alimentari, sia sfusi che confezionati di qualsiasi qualità, nonché dei loro affini e derivati.

La società è governata da un Amministratore Unico, il Cav. Riccardo Cassetta (nato ad Andria, BT, il 15 gennaio 1963), in carica fino all'approvazione del bilancio relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

L'organo di controllo è stato nominato in data 29 giugno 2023 e rimarrà in carica fino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025. Il Sindaco Unico, al quale è affidato anche il controllo contabile previsto dall'art. 2409 bis c.c., è il dott. Giuseppe Giuliano.

L'Organismo di Vigilanza è stato nominato in data 17 dicembre 2024 e rimarrà in carica fino al 31 dicembre 2026. È composto da Avv. Nicola Sbrenna (Presidente), Ing. Michele Desiati e Dott. Nicola Lopetuso.



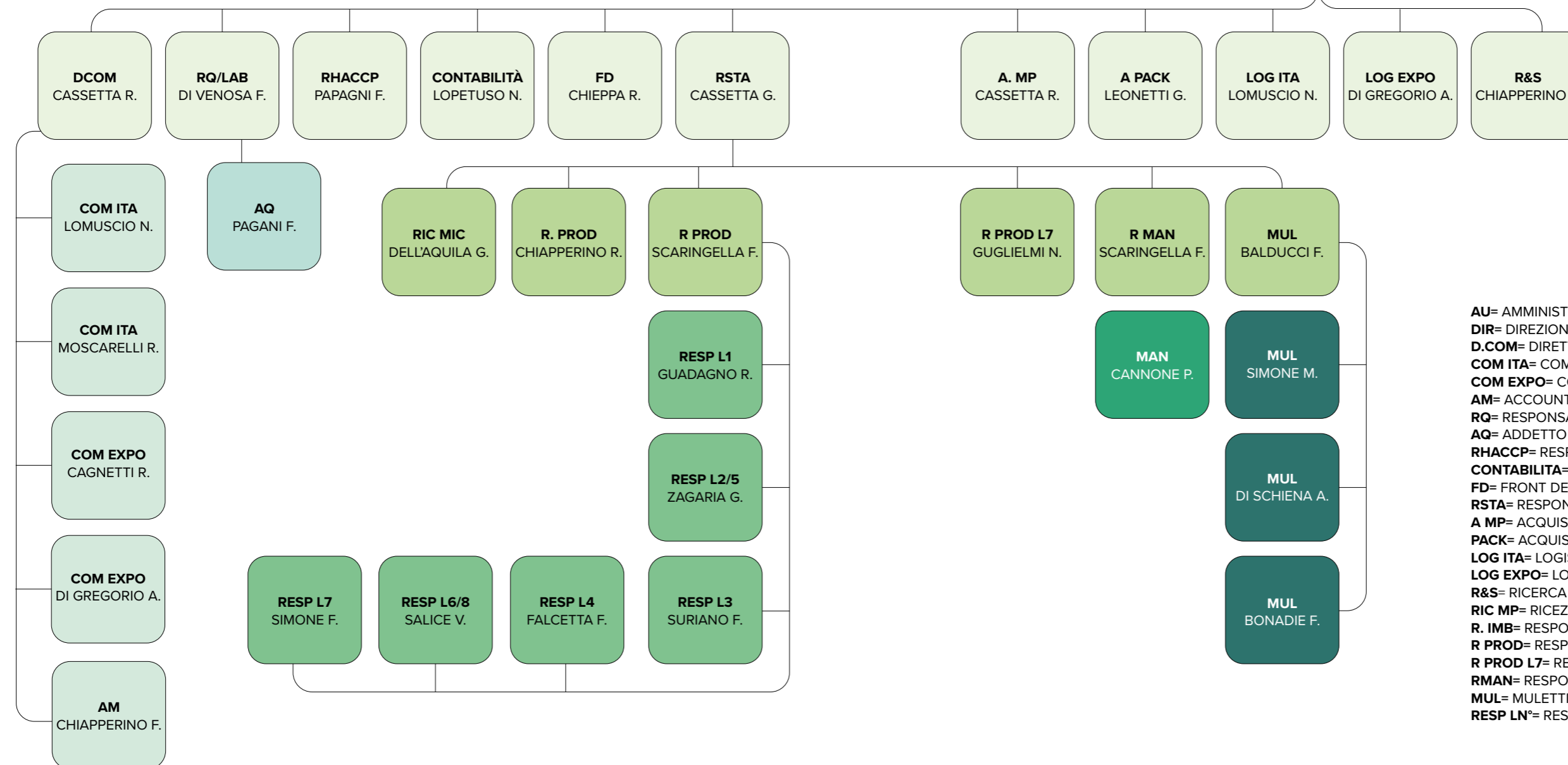
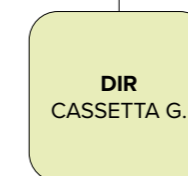
1.6.3 La struttura operativa

Olio Levante è organizzata in aree operative specializzate, ciascuna delle quali riporta, attraverso i rispettivi apicali, direttamente agli organismi direttivi e decisionali.

Accanto al ruolo centrale dell'Amministratore Delegato, un'importanza strategica è rivestita da Gina Cassetta che, oltre alle responsabilità

gestionali, coordina le attività legate alla Sostenibilità, guidando i progetti volti a coniugare crescita e responsabilità ambientale e sociale.

L'organigramma aziendale, riportato di seguito, rappresenta in modo chiaro la struttura e la distribuzione delle principali funzioni operative.



- AU= AMMINISTRATORE UNICO
- DIR= DIREZIONE
- D.COM= DIRETTORE COMMERCIALE
- COM ITA= COMMERCIALE ITALIA
- COM EXPO= COMMERCIALE EXPO
- AM= ACCOUNT MANAGMENT
- RQ= RESPONSABILE QUALITA'
- AQ= ADDETTO QUALITA'
- RHACCP= RESPONSABILE HACCP
- CONTABILITA= CONTABILITA'
- FD= FRONT DESK
- RSTA= RESPONSABILE STABILIMENTO
- A MP= ACQUISTO MATERIA PRIMA A
- PACK= ACQUISTO PACKAGING
- LOG ITA= LOGISTICA ITALIA
- LOG EXPO= LOGISTICO EXPO
- R&S= RICERCA & SVILUPPO
- RIC MP= RICEZIONE MATERIA PRIMA
- R. IMB= RESPONSABILE IMBOTTIGLIAMENTO
- R PROD= RESPONSABILE PRODUZIONE
- R PROD L7= RESPONSABILE PRODUZIONE LINEA 7
- RMAN= RESPONSABILE MANUTENZIONE
- MUL= MULETTISTI
- RESP LN= RESPONSABILE LINEA N°

1.7

RATING DI LEGALITÀ



Olio Levante S.r.l. ha ottenuto per la prima volta il Rating di Legalità il 21 giugno 2017, un riconoscimento che premia le imprese capaci di adottare standard elevati di trasparenza, correttezza ed etica nella gestione aziendale. Si tratta di uno strumento volto a promuovere una competizione leale, favorendo comportamenti virtuosi e il miglioramento continuo della qualità all'interno del mercato.

Per poter richiedere il Rating di Legalità, le imprese devono rispettare precisi requisiti:

- avere sede operativa in Italia;
- registrare un fatturato minimo di due milioni di euro nell'esercizio chiuso nell'anno precedente alla domanda;
- risultare iscritte al registro delle imprese da almeno due anni;
- rispettare gli ulteriori criteri sostanziali previsti dal Regolamento.

Il Rating viene attribuito dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) attraverso un punteggio che

varia da una a tre "stelle", in base al livello di aderenza agli standard etici e legali richiesti.

Nell'adunanza del 5 agosto 2025, l'Autorità ha esaminato la domanda presentata da Olio Levante S.r.l. (C.F. 06450550725) il 1 luglio 2025 e, ai sensi dell'art. 2 comma 1 del Regolamento, ha deliberato l'assegnazione del Rating con il punteggio: ★★+.

L'azienda è quindi inserita nell'elenco previsto dall'art. 8 del Regolamento.

Ai sensi dell'art. 6 comma 1 del Regolamento, il Rating ha una durata di due anni dalla data di rilascio ed è rinnovabile su richiesta, costituendo un importante indicatore del costante impegno della società a operare secondo principi di legalità, trasparenza e responsabilità.



2. IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS



2.1

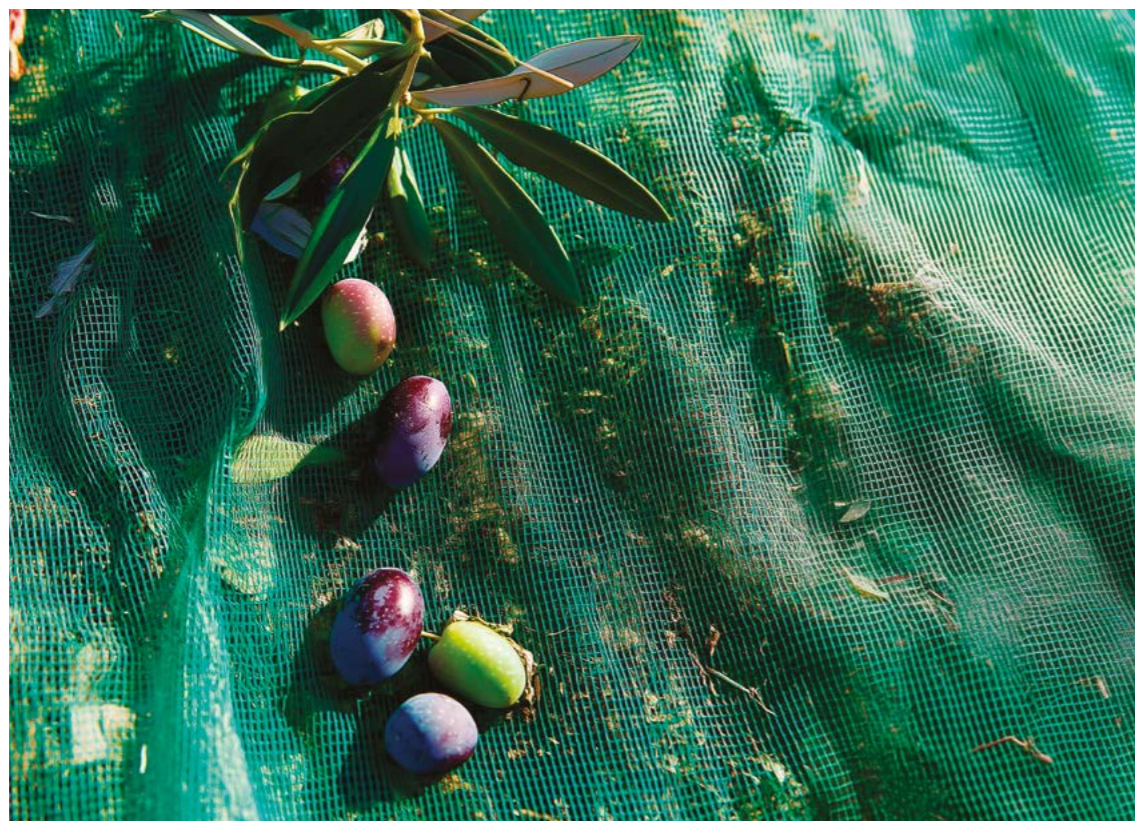
OLIVICOLTURA E FRANGITURA (PRODUZIONE DIRETTA)

Dove nasce l'olio buono

Ogni goccia del nostro olio racconta una storia fatta di gesti antichi e innovazione continua. Il processo produttivo di Olio Levante è il risultato di un perfetto equilibrio tra tradizione e modernità: da un lato l'esperienza secolare dei nostri mastri oleari, dall'altro le più avanzate tecnologie produttive. È da questa unione che prende vita, anno dopo anno, un olio di altissima qualità, capace di esprimere l'essenza autentica della Puglia.

Siamo tra le pochissime realtà in Italia a poter vantare un ciclo produttivo completo, interno e integrato: un modello virtuoso che ci consente di presidiare ogni fase del processo, garantendo eccellenza, trasparenza e sostenibilità.

Il nostro ciclo produttivo si sviluppa in cinque fasi interconnesse.



Coltivazione e raccolta

La cura quotidiana dei nostri uliveti, nel pieno rispetto della biodiversità e dei ritmi naturali, è il primo atto d'amore verso la terra. Qui, dove le radici affondano profonde e il sole accarezza le chiome degli alberi, nasce la nostra materia prima.



Lavorazione e produzione

Le olive vengono frante entro poche ore dalla raccolta per preservarne intatte le proprietà organolettiche. Le moderne linee di molitura convivono con il sapere tradizionale, in un equilibrio perfetto tra efficienza e qualità artigianale.



Confezionamento

Ogni bottiglia racconta una storia, ed è per questo che curiamo ogni dettaglio anche nel packaging. Le nostre linee di confezionamento garantiscono la massima igiene e conservazione, rispettando l'identità del prodotto e l'ambiente.



Controllo qualità

Ogni lotto di produzione è sottoposto a rigorosi controlli lungo tutta la filiera. Analisi chimico-fisiche e sensoriali assicurano il rispetto degli standard qualitativi e certificano l'eccellenza di ogni singolo prodotto.



Distribuzione

Dalla nostra terra al mondo. Il nostro olio viaggia con cura per raggiungere le tavole di oltre 50 Paesi, portando con sé i profumi, i sapori e i valori della nostra tradizione, un racconto fatto di radici profonde e autenticità.

2.1.1

Coltivazione e raccolta

L'eccellenza che nasce dalla cura della terra

La produzione dell'olio inizia dalla cura del terreno, un gesto antico e rispettoso che si rinnova ogni anno tra gli uliveti secolari della Puglia. Qui, dove la natura incontra la tradizione, ogni oliva viene coltivata seguendo pratiche agronomiche sostenibili, che tengono conto dei cicli stagionali e della vitalità del suolo. Un ruolo centrale lo gioca la potatura, pratica fondamentale per la salute e la produttività delle piante. Negli uliveti super intensivi, la potatura di contenimento consente di mantenere le chiome compatibili con le macchine raccogliatrici, migliorando l'efficienza del raccolto. La potatura di produzione, invece, prevede l'eliminazione di rami esausti e succhioni, favorendo la penetrazione della luce e una

crescita equilibrata. In estate, la cimatura meccanica contribuisce a contenere il rigoglio vegetativo, mantenendo le piante in equilibrio.

Ma è nella raccolta che si racchiude l'anima più autentica di Olio Levante. Questo momento, che si svolge tra ottobre e dicembre, rappresenta molto più di una semplice attività agricola: è un rito corale, fatto di gesti tramandati e atmosfere condivise. Gli ulivi, con i loro tronchi scolpiti dal tempo, fanno da cornice a un'opera viva, condivisa da intere famiglie. È un momento di connessione con la terra, un gesto d'amore per una cultura millenaria che continua a dare frutti straordinari.



Lavorazione e produzione

Tecnologia e tradizione, in perfetta armonia

2.1.2

Dopo la raccolta, le olive selezionate con cura vengono avviate al processo di trasformazione. Questo percorso inizia dalla tramoggia, dove il frutto appena raccolto viene immesso in una catena di lavorazione che ne rispetta la qualità originaria. Attraverso macchinari sequenziali, le olive vengono liberate da impurità e ramaglie grazie al deramifogliatore, poi trasportate su nastri fino a una lavatrice a flusso d'acqua costante che elimina ogni residuo di terra o polvere.

Il cuore della lavorazione si svolge poi nelle molazze: tre grandi ruote in granito che, ruotando lentamente, frantumano le olive secondo l'antica arte dei mastri oleari. Qui, passato e futuro si incontrano:

se da un lato Olio Levante è dotata di modernissime centrali che sfruttano fonti energetiche rinnovabili, dall'altro custodisce con orgoglio le tecniche tradizionali, come le storiche molazze in pietra.

Dalla frangitura si ottiene una "pasta" che viene sottoposta alla gramolatura a freddo, a temperatura controllata e mai superiore ai 26°C. Questo delicato passaggio permette di preservare aromi, gusto e proprietà nutrizionali. Infine, grazie a un separatore centrifugo, l'olio viene separato dall'acqua vegetativa e trasferito nei decanter d'acciaio inox per la decantazione, in un ambiente controllato e protetto, pronto per il passaggio successivo.



2.1.3 Confezionamento

Ogni goccia, custodita con cura

Una volta ottenuto, l'olio passa attraverso una rigorosa selezione analitica e organolettica per garantire che ogni lotto rispetti i parametri qualitativi prefissati. Solo gli oli che superano con successo questi controlli accedono alla fase di confezionamento, dove vengono imbottigliati in ambienti sterili e protetti, salvaguardando così le loro caratteristiche organolettiche.

Le linee dedicate di imbottigliamento funzionano in modo automatico e sequenziale: bottiglie in vetro, contenitori in PET o lattine vengono trasportati su

nastri fino alla riempitrice, dove un getto d'aria purificante rimuove eventuali impurità interne. Ogni contenitore viene poi riempito, sigillato e etichettato secondo gli standard richiesti.

Una volta confezionato, l'olio viene imballato in cartoni, blister o termopack e disposto su pallet, pronto per essere conservato nei magazzini aziendali. Qui, in ambienti freschi, asciutti e al riparo dalla luce, i prodotti attendono di raggiungere le destinazioni finali, mantenendo intatta la loro qualità originaria.



2.1.4 Controllo qualità

Qualità certificata, dall'uliveto alla tavola

La qualità è un pilastro fondamentale del nostro processo produttivo, non un semplice traguardo. In Olio Levante ogni fase della filiera è sottoposta a un controllo rigoroso, svolto all'interno di un laboratorio interno dotato delle più moderne strumentazioni. Qui, professionisti qualificati monitorano ogni fase: dalla selezione delle materie prime, al controllo dell'intero ciclo produttivo, fino alla verifica degli imballaggi.

I test sono periodici, sia di tipo analitico che sensoriale, e garantiscono che ogni prodotto commercializzato risponda agli elevati standard qualitativi su cui l'azienda fonda il proprio impegno. Questa attenzione si riflette non solo nella bontà e sicurezza dell'olio, ma anche nella sua

costanza nel tempo, permettendo ai consumatori di riconoscerne sempre il profilo inconfondibile.

Il controllo qualità in Olio Levante è molto più di una semplice procedura: è la sintesi perfetta tra eccellenza, responsabilità e un impegno quotidiano verso il benessere del cliente e il rispetto profondo della tradizione. Ogni analisi, ogni verifica è un gesto di cura che racconta la nostra volontà di garantire un olio che non solo soddisfa i più alti standard qualitativi, ma che porta con sé il sapore autentico della nostra terra, il valore del tempo e la dedizione di chi, da generazioni, si prende cura di ogni singola goccia.



2.1.5 Distribuzione

Da Andria al mondo, con passione e autenticità

L'ultimo anello della nostra catena produttiva è la distribuzione, ma rappresenta anche il primo passo verso il mondo. Olio Levante ha costruito negli anni una rete commerciale solida e flessibile, capace di rispondere in modo puntuale alle esigenze di mercati diversi e in continua evoluzione. Oggi i nostri prodotti raggiungono oltre 50 Paesi, portando sulle tavole del mondo l'autenticità e la qualità dell'olio pugliese.

Ogni bottiglia che esce dallo stabilimento è il risultato di una storia di passione, cura e dedizione. È un prodotto che racconta

il meglio del made in Italy, ottenuto nel rispetto delle tradizioni ma con lo sguardo costantemente rivolto al futuro. Olio Levante è presente sugli scaffali di importanti catene internazionali e grandi gruppi d'acquisto, confermando la fiducia conquistata nel tempo.

Diffondere la cultura dell'olio extra vergine di oliva di eccellenza è la nostra missione: un percorso che unisce il cuore della Puglia alle cucine di tutto il mondo, portando con sé il profumo della terra, il calore del sole e la storia di un sapere antico che vive in ogni goccia.



2.2

LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

Un ecosistema virtuoso, dalla terra alla tavola

La catena del valore di Olio Levante rappresenta l'anima del nostro modello produttivo: un sistema integrato e consapevole che unisce persone, territori, conoscenze artigianali e innovazione tecnologica. Ogni passaggio, dalla

selezione della materia prima al consumo finale, è pensato per generare valore condiviso e sostenibile, nel pieno rispetto dell'ambiente, delle comunità locali e dei consumatori.

A MONTE

Olivicoltura (produzione indiretta e selezione)

Frangitura (produzione indiretta e selezione)

Fornitori di materiali ausiliari e imballaggi

Fornitori di servizi

OPERAZIONI PROPRIE

Olivicoltura (produzione diretta)

Frangitura (produzione diretta)

Confezionamento (selezione della materia prima, controllo qualità e blending)

Imbottigliamento

Commercializzazione (marketing e vendita)

A VALLE

Distribuzione

Comunicazione e divulgazione

Consumo finale

Trattamento di fine vita di prodotti e imballaggi

A MONTE

Collaborazioni e selezioni d'eccellenza

L'avvio del nostro processo si fonda su una rete qualificata di fornitori e partner che condividono la nostra stessa visione e i nostri valori:

- **selezioniamo** con cura **gli uliveti e i frantoi partner** per la **produzione indiretta** di olive e olio, verificando la conformità ai nostri standard qualitativi ed etici;
- **collaboriamo** con **fornitori di materiali ausiliari e imballaggi**, privilegiando soluzioni ecocompatibili, riciclabili e provenienti da filiere sostenibili;
- **ci affidiamo** a **fornitori di servizi** affidabili e trasparenti, per assicurare efficienza in ogni fase della catena logistica e operativa.

OPERAZIONI PROPRIE

Il cuore pulsante della nostra identità

La vera forza distintiva di Olio Levante è rappresentata dalla **gestione diretta e integrata delle attività chiave** della filiera, che ci consente un controllo rigoroso sulla qualità del prodotto:

- **olivicoltura diretta**, che valorizza la tradizione agricola pugliese con un approccio rigenerativo;
- **frangitura in impianti propri**, dove convivono macchinari d'avanguardia e le storiche molazze di pietra;
- **confezionamento e imbottigliamento**, affidati a linee moderne che garantiscono igiene, tracciabilità e personalizzazione dei formati;
- **controllo qualità**, svolto internamente attraverso analisi chimiche e sensoriali che accompagnano ogni fase;
- **commercializzazione**, che punta su marketing etico e distribuzione capillare, con particolare attenzione ai mercati internazionali.

A VALLE

Diffondere cultura e sapori autentici

La fase finale è quella del contatto con il pubblico, in cui si esprime appieno la responsabilità sociale e culturale di Olio Levante:

- la **distribuzione** è pensata per garantire efficienza logistica, riduzione degli sprechi e servizio puntuale ai clienti in oltre 50 Paesi;
- la **comunicazione e la divulgazione** valorizzano il racconto di un prodotto autentico, promuovendo la cultura dell'olio extra vergine di qualità e del mangiare consapevole;
- il **consumo finale** è un atto di fiducia che ci impegna ogni giorno a offrire un prodotto sano, buono e tracciabile;
- il **trattamento di fine vita di imballaggi e sottoprodotti** è parte integrante del nostro approccio all'economia circolare, con pratiche di riciclo e riutilizzo dei materiali per minimizzare l'impatto ambientale.

QUELLO CHE OFFRIAMO

2.3

Un'ampia gamma di oli, espressione di una stessa anima

Nel corso del tempo, i nostri prodotti hanno saputo conquistare la fiducia e l'apprezzamento di milioni di consumatori in Italia e nel mondo, grazie alla costante attenzione verso la qualità, l'innovazione e le esigenze del mercato. Ogni referenza della gamma Levante nasce con l'obiettivo di offrire un'esperienza sensoriale autentica, capace di raccontare la nostra storia e i valori in cui crediamo.

Dagli Oli Extra Vergine di Oliva, simbolo della nostra tradizione e della nostra terra, alle selezioni speciali e linee aromatiche, pensate per esaltare la creatività in cucina, ogni prodotto è il risultato di un attento

processo produttivo e di una selezione accurata delle materie prime. A completare la nostra proposta, offriamo anche una linea di oli di oliva e sansa, ideali per un utilizzo quotidiano, e una gamma di oli di semi adatti a molteplici usi alimentari, in grado di coniugare versatilità e gusto.

La nostra offerta non è solo ampia, ma soprattutto orientata alla qualità certificata, alla sicurezza alimentare e alla soddisfazione del consumatore finale, con formati e confezioni capaci di rispondere alle esigenze dei mercati retail, horeca e industriali.

Prodotti

- Oli Extra Vergine di Oliva
- Oli raffinati
- Oli di Sansa di Oliva
- Oli di Semi
- Condimenti a base di Olio Evo



Packaging

Molteplici tipologie di confezioni, dalla classica bottiglia di vetro, declinata in diversi formati, al pet e alla latta

Private label

Prodotti private label per il mercato italiano ed estero con linee di prodotto dedicate garanti della stessa qualità

B2B, B2C e GDO

Vendita diretta su piattaforma e-commerce, retail e grande distribuzione, sia in Italia che nel mondo

2.4

I NOSTRI MARCHI

Diverse identità che condividono l'attenzione per la qualità, l'autenticità e la tradizione.

Nel corso degli anni, abbiamo dato vita a diverse identità che raccontano, ognuna a suo modo, la ricchezza della nostra visione, l'amore per il territorio e la ricerca costante dell'eccellenza.

Ogni marchio è il riflesso di una storia, di un'intenzione, di un pubblico a cui ci rivolgiamo con dedizione e coerenza. Insieme, compongono un universo articolato e sinergico che abbraccia la varietà e il gusto in tutte le sue forme.



FRANTOIANI DAL 1902

Il cuore pulsante dell'azienda, emblema della nostra storia e della nostra eccellenza.

Dove nasce il sole e si estendono rigogliosi uliveti, prende vita una tradizione olearia tramandata da oltre un secolo: è la storia di Levante, marchio simbolo della famiglia Cassetta e punta di diamante dell'azienda. Nato dalla visione di Nicola Cassetta, Levante racconta l'eccellenza dell'olio italiano attraverso una vasta gamma di prodotti di qualità. Ogni bottiglia custodisce il profondo legame con la terra, il rispetto delle radici e un'attenta cura per ogni fase della produzione, sinonimo della genuinità della Puglia e della passione per le cose fatte bene.



Pregiato olio che nasce da cultivar selezionate raccontando l'eleganza della semplicità.

Tra le colline della Murgia pugliese, dove natura e storia si incontrano, sorgeva l'antico frantoio della famiglia Cassetta: la Tenuta San Martino. È da questo luogo ricco di fascino e autenticità che nasce il marchio omonimo, espressione della dedizione per la terra e dell'arte di produrre olio extra vergine di oliva di qualità. Oggi, in ogni goccia di olio Tenuta San Martino si ritrova lo stesso spirito originario: un prodotto che racconta il valore delle tradizioni familiari e il desiderio di offrire un'esperienza autentica e radicata nella memoria del territorio.

MASSERIA SAN NICOLA

Una linea celebrativa, tributo alle nostre radici e ai valori della famiglia Cassetta.

Per celebrare il 120° anniversario, Levante ha firmato un'etichetta esclusiva in onore del capostipite della Famiglia Cassetta, che racconta la storia di cinque generazioni e i valori tramandati sin dal 1902: amore per il territorio, cura artigianale, selezione delle materie prime e rispetto per l'ambiente. Principi profondamente radicati nella filosofia aziendale, che diventano parte essenziale di ogni prodotto. Una passione autentica per una tradizione che profuma di buono e che si percepisce in ogni sfumatura dell'olio, evocando ricordi e sensazioni in un viaggio sensoriale nell'eccellenza.



L'anima bio della nostra produzione, certificata e controllata in ogni fase.

BioLevante nasce nel 2006 come linea dedicata agli oli extravergini biologici certificati, ottenuti esclusivamente da coltivazioni 100% italiane. È il risultato di una filiera controllata e sostenibile, che coniuga qualità e rispetto per la natura. Ogni passaggio della produzione, dalla lavorazione del terreno all'estrazione in frantoio, avviene secondo i principi dell'agricoltura biologica. Una scelta consapevole per chi desidera portare in tavola un olio genuino, frutto di una visione che unisce etica, gusto e rispetto dell'ambiente.

LA MASSERIA

ANTICO FRANTOIO

Gusto autentico che richiama la tradizione contadina e la genuinità della Puglia.

La Masseria è un omaggio alle radici rurali del Sud e all'amore per la semplicità autentica, un marchio che propone una selezione di oli realizzati con cultivar pregiate del bacino del Mediterraneo. Il controllo rigoroso della filiera e l'attenzione alla qualità conferiscono ai prodotti La Masseria profumi delicati e un gusto fragrante, con dolci note erbacee e una texture morbida e armoniosa. Ogni olio racconta, così, i sapori della cucina mediterranea, evocando immagini di tradizioni antiche, atmosfere familiari e convivialità autentica.

Terra natura

Olio biologico, frutto di un'agricoltura rispettosa dell'ambiente e della salute.

Terra Natura nasce per affiancare BioLevante in una linea di oli extravergini biologici provenienti da agricoltura certificata nel bacino del Mediterraneo. Frutto di un processo produttivo che rispetta l'ambiente, la biodiversità e la salute, ogni olio è espressione di una filosofia "green" che valorizza il lavoro degli agricoltori e la qualità della materia prima. Con un impegno concreto verso la sostenibilità, Terra Natura coniuga il sapere della tradizione con metodi produttivi innovativi e responsabili, offrendo oli dal gusto intenso e naturale.

NICOLIO

Il sapore dell'olio quotidiano, pensato per chi condivide la bontà, ogni giorno.

NicOlio è un marchio nato nel 2007 in onore di Nicola Cassetta, capostipite della famiglia e figura centrale nella crescita dell'azienda. Dedicato alla sua memoria e alla sua visione imprenditoriale, NicOlio rappresenta la continuità tra passato e presente, ed è espressione di un'eccellenza che affonda le radici in una storia di famiglia. Un omaggio sentito alla lungimiranza di chi ha trasformato una tradizione locale in un brand di successo internazionale, contribuendo a diffondere nel mondo i valori autentici della cultura olearia italiana.



La linea pensata per la ristorazione, capace di unire praticità e qualità.

Mister Chef è il marchio pensato per il mondo dei professionisti e dei mercati esteri. Nato per rispondere alla crescente richiesta di oli raffinati di qualità, in particolare nel Regno Unito e nei Paesi Balcanici, questo brand propone blend di oli extravergini e oli di semi di girasole. Una linea versatile e funzionale, pensata per garantire ottime performance in cucina, mantenendo un elevato standard qualitativo in ogni utilizzo. Difatti, grazie alla sua composizione bilanciata, è ideale per la ristorazione e la preparazione di piatti gustosi e leggeri in qualsiasi contesto culinario.



Gusto e stile mediterraneo per un olio versatile e moderno.

GustOlio nasce nel 2010 come linea esclusiva per la Grande Distribuzione Organizzata in Germania. La gamma propone oli dal profilo fruttato medio e gusto equilibrato, selezionati per rispondere ai palati dei consumatori tedeschi. Ogni prodotto GustOlio rappresenta la sintesi tra esperienza olearia mediterranea e attenzione alle esigenze del mercato internazionale, offrendo un olio versatile e ricco di sapore. Un brand pensato per esportare l'autenticità della tradizione italiana attraverso un prodotto che unisce affidabilità e attenzione alle aspettative dei mercati esteri.



Una selezione destinata alla distribuzione e ai professionisti del settore.

ConOlio offre una linea distintiva di blend di oli, frutto della combinazione strategica di oli di semi accuratamente selezionati e olio di oliva. Questa gamma è il risultato di una selezione scrupolosa e attenta di semi e olive scelti non solo per il loro profilo di sapore ricco e versatile, ma anche per le loro capacità di esprimere al meglio le loro qualità culinarie attraverso vari metodi di cottura. Ogni blend nella collezione ConOlio è progettato per offrire un equilibrio perfetto tra aroma e funzionalità, assicurando a ogni prodotto una stabilità ideale.



Una linea che racchiude in sé tutto il valore degli uliveti pugliesi, in un nome prezioso.

OrOliveto è un brand nato nel 2014 per soddisfare la domanda del mercato tedesco con una selezione di oli extravergini e oli d'oliva comunitari di alta qualità. Grazie al successo ottenuto, nel 2017 la linea è stata introdotta anche sul mercato nazionale, dove continua a riscuotere apprezzamenti crescenti. I prodotti OrOliveto, realizzati attraverso una filiera sempre controllata, offrono un profilo organolettico bilanciato e autentico, con note aromatiche fresche e delicate, capaci di incontrare i gusti più esigenti, in Italia e all'estero.

2.4.1 Levante



La Selezione

La tradizione dei sapori genuini prende forma oggi in una speciale Selezione di Oli Extra Vergine di Oliva, 100% italiani, frutto dell'amore per una passione di famiglia.

Olio Extra Vergine di Oliva DOP Terra di Bari Castel del Monte

Un olio pregiato che interpreta con autenticità l'arte olearia pugliese. Custode di un sapere antico, questo olio nasce ai piedi del Castel del Monte, dove le morbide colline delle Murge occidentali ospitano secolari alberi di Coratina. Da questi ulivi storici prende vita un olio unico, testimone del legame profondo tra terra, tempo e tradizione.

L'Olio Extra Vergine di Oliva DOP Terra di Bari Castel del Monte è un prodotto di eccellenza, frutto delle olive della cultivar Coratina, coltivate e molite nel territorio di Bari secondo quanto previsto dal disciplinare della Denominazione di Origine Protetta (D.O.P.). La certificazione D.O.P. garantisce che ogni fase del ciclo produttivo avvenga all'interno di un'area geografica ben definita, nel pieno rispetto delle normative vigenti e dei metodi di lavorazione tradizionali.

Dal profilo organolettico intenso, questo olio presenta un fruttato deciso, con gradevoli note amare e piccanti che richiamano la mandorla e il carciofo. È ideale per l'uso a crudo su bruschette, pinzimoni, insalate, carni e verdure lesse.

Olio Extra Vergine di Oliva Biologico 100% Italiano

Un olio autentico, testimone dell'armonia perfetta tra la natura e l'uomo. Nato da un'agricoltura rispettosa dell'ambiente e delle sue stagioni, questo olio racchiude tutta l'esperienza olearia Levante e ne esprime la filosofia: valorizzare la natura con un prodotto puro, essenziale, armonico.

Ottenuto a freddo, il Biologico Levante è frutto di olive 100% italiane coltivate senza l'impiego di sostanze chimiche, nel pieno rispetto dei disciplinari biologici. Dalla terra alla tavola, ogni fase della filiera è certificata secondo i regolamenti dell'Unione Europea (Reg. CE 834/07 e CE 889/08), a garanzia di un processo controllato, trasparente e sostenibile.

Dal gusto fruttato medio, equilibrato e fresco, è l'ingrediente ideale per esaltare insalate, verdure, zuppe e grigliate, portando in tavola un benessere autentico e consapevole.

Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano Fruttato Leggero

Un olio che racconta l'eleganza dell'essenzialità. Nato da un'attenta selezione di olive italiane di diverse varietà, coltivate e frante nel pieno rispetto della tradizione, il Fruttato Leggero esprime la volontà di Levante di offrire un prodotto raffinato, equilibrato e versatile.

Questo Extra Vergine nasce dalla ricerca di un perfetto equilibrio sensoriale, che unisce qualità della materia prima e desiderio di autenticità. Estratto a freddo, racchiude in sé la luminosità del paesaggio italiano: i suoi toni, dal verde brillante al giallo dorato, si riflettono nel profilo aromatico dell'olio, fresco e armonico.

Il suo gusto fruttato e delicato accompagna ogni piatto senza coprirne l'identità, esaltandone i sapori con discrezione e misura. Ideale sia a crudo che in cottura, è perfetto per tutte le preparazioni della cucina mediterranea.



I Tradizionali

Da una sapiente selezione delle materie prime nasce un olio dal gusto autentico: qualità e tradizione si fondono in un'accurata selezione di Oli Extra Vergine di Oliva e Oli raffinati.

Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano "L'Italiano"

Un omaggio alla cultura gastronomica italiana, espressione autentica della tradizione olearia della nostra penisola. L'Italiano è un olio extra vergine di oliva 100% italiano, ottenuto dalla spremitura a freddo di olive selezionate, coltivate e frante esclusivamente sul territorio nazionale.

Ricco di proprietà organolettiche e nutrizionali, questo olio nasce dalla volontà di Levante di racchiudere in una bottiglia l'essenza più pura del "saper fare" italiano: una perfetta sintesi tra storia, territorio e innovazione, in cui le ricette della famiglia Cassetta, tramandate da oltre un secolo, si fondono con tecnologie moderne per dare vita a un prodotto contemporaneo che parla di radici.

Dal profumo genuino e dal sapore fruttato e armonico, con delicate note aromatiche che evocano la semplicità della cucina italiana, è perfetto per esaltare ogni piatto, valorizzandone la bontà originaria con raffinatezza senza alterarne il gusto originale.

Olio Extra Vergine di Oliva "Classico"

Un olio che racconta la storia più autentica della tradizione olearia mediterranea, simbolo di equilibrio, semplicità e qualità senza tempo. Il Classico di Levante nasce dall'incontro armonico tra diverse cultivar tipiche dell'area del Mediterraneo, selezionate con cura per dar vita a un olio extra vergine versatile e raffinato.

Prodotto sin dal 1902, questo olio, ottenuto mediante spremitura a freddo, continua a mantenere intatto il suo carattere, coniugando la freschezza delle olive appena molite con l'affidabilità di standard qualitativi costanti che affondano le radici nella tradizione e si proiettano verso il futuro.

Dalle spiccate proprietà organolettiche, si distingue per il profilo fruttato e le delicate note erbacee, che lo rendono ideale per accompagnare ogni piatto: perfetto a crudo su insalate e bruschette, eccellente in cottura su carni, pesce, verdure, salse e primi piatti.

Olio Vergine di Oliva 100% Italiano

Espressione autentica della tradizione olearia italiana, l'Olio Vergine di Oliva Levante nasce dalla prima spremitura di olive accuratamente selezionate, coltivate e frante esclusivamente in Italia. Le varietà impiegate provengono da uliveti storici e vengono raccolte al giusto grado di maturazione, lavorate con tecniche tradizionali e molite a freddo per preservarne le caratteristiche naturali.

Questo olio rappresenta l'incontro virtuoso tra l'artigianalità di un tempo e i più moderni metodi di estrazione. Ogni fase della lavorazione, dalla selezione alla molitura fino all'imbottigliamento, è eseguita internamente, senza ricorrere a solventi o trattamenti chimici, nel pieno rispetto della purezza

dell'ingrediente.

Il risultato è un olio dal colore verde intenso con riflessi dorati, dal profumo deciso e dal sapore fruttato medio-intenso, ideale per accompagnare ogni tipo di piatto: arricchisce salse, condimenti e ricette a base di pesce o verdure, sia a crudo che in cottura.

Olio di Oliva Composto di Oli di Oliva Raffinati e Oli di Oliva Vergini "Autentico"

Un blend equilibrato che racconta una lunga storia di maestria olearia. L'Autentico è un olio di oliva composto da oli raffinati e vergini, frutto di una ricetta antica, custodita da generazioni. Nasce dalla perfetta armonia tra olio d'oliva e una selezione di oli extra vergine di alta qualità, dando vita a un prodotto dal gusto delicato e rotondo.

Nato nel 1902 dalla tradizione di famiglia Levante, quest'olio è il risultato di un'attenzione costante alla qualità: ogni fase del processo produttivo è pensata per preservare le proprietà originarie delle olive, garantendo un olio dal profilo armonico, ricco e stabile, che da oltre un secolo accompagna con discrezione e gusto la cucina di tutti i giorni.

Versatile e affidabile in ogni preparazione, è ideale in cottura per esaltare i sapori senza sovrastarli e in frittura per preservare le caratteristiche organolettiche anche alle alte temperature.

Olio di Sansa di Oliva

Un olio che affonda le sue radici nella più autentica tradizione frantoiana, reinterpretato in chiave moderna per rispondere alle esigenze della cucina contemporanea. L'Olio di Sansa di Oliva Levante nasce da un sapiente equilibrio tra oli di oliva vergini e oli di sansa raffinati, ottenuti dalla lavorazione delle migliori cultivar del bacino del Mediterraneo.

Da generazioni, questo olio accompagna le tavole con la sua personalità equilibrata: un filo che lega passato e presente, memoria e innovazione, semplicità e sapore autentico. Corposo e brillante nel suo verde oro intenso, è infatti il risultato di un processo che unisce esperienza artigianale e tecnologie all'avanguardia, un connubio da cui nasce un prodotto ricco di proprietà organolettiche e dalla grande versatilità.

Con un gusto delicato e una consistenza leggera, è ideale per molteplici utilizzi in cucina, dalle conferisce preparazioni da forno come pane, focacce, biscotti e taralli, a piatti più elaborati a base di carne e verdure.

olivicoltori italiani. Un olio che fonde l'eccellenza delle materie prime con una tradizione olearia lunga oltre un secolo, dando vita a un extra vergine dal gusto bilanciato, autentico e inconfondibile.

Il suo profumo è avvolgente, il sapore armonico, con spiccate note erbacee e una straordinaria delicatezza che ne fanno un olio versatile, ideale per esaltare ogni piatto. Perfetto per l'uso quotidiano, accompagna con eleganza bruschette, insalate, carni alla brace, verdure grigliate, zuppe e sughi.

Olio Extra Vergine di Oliva "Tre Ori"

Tre Ori è un olio extra vergine di oliva che celebra l'incontro fra le terre simbolo della cultura olearia mediterranea, Italia, Spagna e Grecia. Da questi tre "ori" prende vita un blend raffinato, espressione di equilibrio tra cultivar intense e aromatiche e varietà più dolci e delicate.

Quest'olio incarna l'anima autentica del Mediterraneo: nasce dalla selezione delle migliori olive provenienti dai tre Paesi, grazie a relazioni dirette con olivicoltori di fiducia che condividono la stessa attenzione verso metodi di coltivazione sostenibili e tecniche di estrazione rispettose della materia prima. A questa cura si unisce l'expertise di oltre un secolo della famiglia Levante nella produzione di un olio capace di raccontare la storia di una tradizione antica, ma sempre attuale.

Il risultato è un olio dal profilo sensoriale armonico, con un gusto pieno e rotondo, un fruttato medio-intenso e un retrogusto leggermente dolce che lo rende perfetto per accompagnare sia preparazioni a crudo che piatti caldi.



I Condimenti 100% Italiani

Linea di condimenti a base di Olio Extra Vergine di oliva 100% italiano, arricchiti con aromi naturali, concepita per offrire un equilibrio armonioso di sapori.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Peperoncino

Un condimento che racchiude l'anima ardente del Mediterraneo. La forza vibrante del Capsicum Annuum, il peperoncino per eccellenza, si fonde con la delicatezza dell'olio extra vergine di oliva, dando vita a una combinazione dal gusto deciso, intenso e sorprendente.

Il Condimento al gusto di Peperoncino è pensato per chi ama i sapori schietti, per chi cerca nella cucina un'esperienza sensoriale che non tema l'audacia. Le sue note piccanti sono il risultato di un'attenta lavorazione che preserva l'essenza naturale degli ingredienti e valorizza la qualità dell'olio Evo. Con il suo profilo aromatico travolgente, questo condimento è molto più di un semplice ingrediente: è un gesto di passione, una firma di gusto per chi ama esplorare i sapori più intensi.

Ideale per accompagnare zuppe di legumi e di pesce, sughi corposi, primi piatti tradizionali e secondi a base di carne, bruschette, pizze rustiche o piatti vegetariani dal gusto marcato. Una scelta distintiva, capace di portare a tavola un tocco vivace e deciso, che esalta senza coprire.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Limone

Un incontro di freschezza e armonia che celebra la semplicità degli ingredienti naturali. Il Condimento al gusto di Limone nasce dalla combinazione di olio extra vergine di oliva e aroma naturale estratto dal Citrus Limon, creando una sinfonia di gusto fresca, frizzante e luminosa.



Dalla Terra degli Ulivi

Il carattere distintivo degli uliveti del Mediterraneo, il processo meticoloso di selezione e un'attenta produzione regalano una serie di oli Extra Vergine di Oliva dallo stile raffinato ed equilibrato.

Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano "Gusto Delicato"

Terra degli Ulivi è un olio extra vergine di oliva 100% italiano che racconta, fin dal primo assaggio, la ricchezza della nostra terra. Dal colore vivido e brillante, è il frutto delle migliori cultivar selezionate lungo tutto il territorio nazionale, raccolte al giusto grado di maturazione e subito frante in loco, secondo il metodo dell'estrazione a freddo.

Terra degli Ulivi nasce dall'incontro tra l'esperienza secolare di Levante e la sapiente dedizione degli

Questo condimento porta in tavola il profumo della macchia mediterranea, con le sue note agrumate eleganti e vivaci che incontrano la rotondità vellutata dell'olio Evo. Il risultato è un equilibrio perfetto tra aromaticità e delicatezza, capace di elevare ogni piatto con un tocco raffinato, un invito quotidiano a riscoprire il piacere del mangiar sano, coniugando bontà naturale e genuinità con l'eccellenza firmata Levante.

Ideale per chi ama la cucina leggera e profumata, è perfetto per insaporire insalate, verdure grigliate, carpacci di pesce, carni bianche e piatti estivi. La sua versatilità lo rende una scelta distintiva anche per marinature o come tocco finale su risotti e zuppe, regalando una nota fresca e agrumata.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Tartufo Bianco

Pregiato ed elegante, questo condimento nasce dall'incontro tra il delicato olio extra vergine di oliva e l'aroma inconfondibile del tartufo bianco. Un'unione raffinata che dà vita a un prodotto dal gusto intenso e dal profumo avvolgente, capace di impreziosire ogni piatto con un tocco di autentica ricercatezza.

Il Condimento al gusto di Tartufo Bianco è pensato per chi desidera esaltare le proprie preparazioni con una nota gourmet: l'aroma deciso del tartufo bianco si fonde alla rotondità dell'olio, dando origine a una combinazione unica, ricca di carattere e di sfumature aromatiche. Un condimento di pregio, nato per sorprendere il palato e valorizzare anche le ricette più semplici.

Ideale su risotti e primi piatti, si abbina perfettamente a carni rosse, uova al tegamino, formaggi stagionati, pizze speciali e preparazioni da forno, valorizzandone ogni sfumatura di gusto con un tocco elegante e inconfondibile.



I Condimenti

Condimenti a base di Olio Extra Vergine di oliva arricchiti con aromi naturali selezionati, ideali per esaltare i sapori e aggiungere un tocco di raffinatezza a ogni piatto.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (97%) al gusto di Peperoncino

Un tocco di carattere che accende ogni piatto. Questo condimento nasce dall'incontro tra la vivacità del peperoncino e la delicatezza dell'olio extra vergine di oliva, in un equilibrio che celebra il calore e l'anima della cucina mediterranea.

Il suo gusto deciso, con una nota piccante ben dosata, lo rende perfetto per arricchire piatti di pasta saporiti, come la classica aglio, olio e peperoncino, ma anche sughi rustici, zuppe, carni alla griglia, bruschette o pizze. Un filo è sufficiente per trasformare ogni portata in un'esperienza ricca di energia e passione.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Limone

C'è un profumo che racconta subito l'estate, il sole, la freschezza delle coste mediterranee: è quello del limone, protagonista di questo condimento. L'olio extra vergine di oliva incontra l'aroma naturale del limone

in una fusione armoniosa, dove ogni goccia sprigiona energia e leggerezza.

Il profumo agrumato e il gusto leggero e fruttato lo rendono ideale per accompagnare verdure grigliate, insalate croccanti e piatti di pesce, ma è perfetto anche per dare nuova energia a carni bianche e ricette estive. Una nota brillante, fresca e naturale, pensata per esaltare ogni sapore con un tocco di sole.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Funghi Porcini

Il profumo avvolgente del sottobosco prende vita in questo condimento, che nasce dall'incontro tra l'aroma inconfondibile dei porcini e la delicatezza dell'olio evo. Una sinergia raffinata che esalta le sfumature vellutate e terrose dei funghi, donando al palato un'esperienza profonda e autentica.

Dalla consistenza rotonda e dal sapore deciso, è ideale per impreziosire risotti, paste all'uovo, salse cremose e secondi piatti di carne. A crudo, si esprime al meglio su bruschette, polenta e preparazioni semplici, donando profondità e intensità a ogni ricetta. Un filo d'olio che trasforma ogni piatto in un'esperienza sensoriale autentica e ricca di carattere.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Aglio

Un filo d'olio che sa di casa, di ricette tramandate e di gesti semplici. È il condimento che nasce dall'incontro tra il profumo deciso dell'aglio e la morbidezza dell'olio extra vergine di oliva. Una combinazione semplice e saporita, capace di evocare i sapori di una volta.

Con il suo gusto deciso e caratteristico, questo condimento arricchisce primi piatti, zuppe, verdure saltate, pesce e carni con una nota profonda e generosa. Ideale anche per soffritti dal profumo inebriante, sa evocare il calore delle cucine di una volta, regalando ad ogni piatto un tocco familiare, sincero e ricco di personalità.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Basilico

C'è un momento in cui un semplice profumo può risvegliare un'intera memoria di sapori: il basilico ne è il simbolo. Questo condimento unisce la freschezza aromatica delle sue foglie all'eleganza naturale dell'olio extra vergine, dando vita a una combinazione profumata, equilibrata e ricca di charme.

Pensato per esaltare ricette leggere e genuine, è perfetto su una caprese, una focaccia o un piatto di pasta al pomodoro fresco. Delicato e fragrante, porta con sé tutto il fascino delle cucine di famiglia, dove ogni ingrediente ha il suo posto e la sua storia. Un condimento capace di trasformare ogni piatto in un'esperienza di gusto autentica.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Rosmarino

Intenso e avvolgente, capace di trasformare ogni piatto in un ricordo. In questo condimento, l'olio extra vergine di oliva incontra l'aroma profumato del rosmarino in un abbraccio che sa di domeniche in famiglia e di piatti genuini.

Le sue note fresche e balsamiche, dal carattere erbaceo e leggermente amarognolo, donano equilibrio e personalità a ogni ricetta. Ideale su carni alla brace, patate al forno, pesce grigliato e focacce rustiche, è perfetto anche per legumi, sughi o primi piatti saporiti. Un filo è sufficiente per evocare tutta la semplicità e il calore della tradizione mediterranea.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Tartufo Nero

Pregiato e intenso, questo condimento nasce dall'incontro tra l'olio extra vergine di oliva e l'aroma avvolgente del tartufo nero, impreziosito dall'aggiunta del suo estratto naturale. Il tartufo nero, ricco di antiossidanti naturali, conferisce al prodotto un profilo raffinato e deciso, capace di trasformare ogni piatto in un'esperienza sensoriale unica.

Il Condimento al gusto di Tartufo nero ha un carattere inconfondibile, ideale per impreziosire primi piatti, secondi di carne o di pesce, contorni di verdure e antipasti raffinati come bruschette, crostini e focacce. Un prodotto d'eccellenza pensato per chi desidera portare in tavola sapori autentici e sofisticati, tipici della grande tradizione gastronomica italiana.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Origano

Tra i profumi che raccontano la cucina del Mediterraneo, quello dell'origano è uno dei più evocativi. In questo condimento l'intensità delle sue note erbacee si lega armoniosamente alla rotondità dell'olio extra vergine, creando un'esperienza di gusto semplice e sincera.

Un olio fragrante, dal gusto deciso ma equilibrato, ottimo per arricchire una pizza rustica, dare carattere a un'insalata di pomodori o insaporire piatti al forno. Regala un sapore genuino e spontaneo, che sa di sole, vento e tavole apparecchiate all'aperto: un omaggio alla tradizione, con una personalità tutta sua.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al gusto di Noci

Morbido, vellutato, con quella sfumatura calda che accarezza il palato: il condimento al gusto di noci è una coccola gustativa. La dolcezza naturale del frutto si fonde con la purezza dell'extravergine in una miscela avvolgente, raffinata e ricca di equilibrio.

Perfetto per accompagnare piatti autunnali e non solo, questo condimento si abbina con naturalezza a carni tenere, primi dal sapore delicato e formaggi freschi, arricchendoli con un'eleganza. Una nota morbida ma presente, pensata per dare profondità senza mai sovrastare, offrendo ispirazione a chi ama la cucina essenziale, ma ricercata.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (97%) al gusto di Zenzero

Una ventata di freschezza speziata pervade questo condimento, nato dall'incontro tra il gusto vellutato dell'olio extra vergine di oliva e la vivacità pungente dello zenzero. Una combinazione inedita che aggiunge energia e carattere, perfetta per chi ama sapori decisi ma equilibrati.

Dal profumo esotico e dalla nota leggermente piccante, è ideale per dare nuova vita a piatti quotidiani: accompagna con eleganza verdure saltate, zuppe leggere e insalate fresche, ma si presta anche a marinature aromatiche o a sorprendenti accostamenti con il pesce. Un alleato creativo per chi desidera portare in tavola un tocco di vitalità in ogni stagione.



Oli di Semi

Una gamma di Oli di Semi dal gusto genuino e dal carattere versatile, contraddistinti da ottime proprietà organolettiche e nutritive e da un sapore equilibrato e delicato.

Olio di Semi di Girasole Alto Oleico

C'è un olio che racchiude tutta la forza del sole e la delicatezza della natura: l'Olio di Semi di Girasole Alto Oleico nasce dalla spremitura di una varietà selezionata di semi di girasole "ad alto contenuto oleico", apprezzata per il suo profilo nutrizionale ricco e bilanciato.

Ricco di acidi grassi monoinsaturi e vitamina E, è un alleato del benessere quotidiano grazie alle sue proprietà antiossidanti. La sua stabilità alle alte temperature lo rende perfetto per frittiture croccanti e leggere, senza compromettere le qualità nutrizionali degli alimenti. Dal gusto delicato e dalla consistenza leggera, è ideale anche a crudo per esaltare piatti semplici e genuini, regalando equilibrio e armonia ad ogni ricetta.

Olio di Semi di Girasole Biologico

Da campi coltivati con cura e rispetto nasce l'Olio di Semi di Girasole Biologico, frutto di agricoltura certificata e sostenibile. Ogni goccia di questo olio racconta una storia fatta di scelte consapevoli, attenzione alla biodiversità e amore per la terra.

Naturalmente ricco di Omega 6 e vitamina E, è un prezioso alleato per il benessere, aiutando a mantenere sani i livelli di colesterolo e proteggendo l'organismo dallo stress ossidativo. Perfetto a crudo su insalate, legumi e verdure, dona leggerezza e croccantezza anche in frittura. È la scelta ideale per chi desidera portare in tavola il gusto autentico della natura.

Olio di Semi di Girasole Classico

Leggerezza, brillantezza, semplicità: l'Olio di Semi di Girasole Classico è una scelta che accompagna ogni giorno chi ama la leggerezza in cucina. Ottenuto da semi selezionati, unisce proprietà benefiche e un gusto equilibrato, perfetto per esaltare i sapori senza sovrastarli.

Fonte naturale di vitamina E, contrasta l'invecchiamento cellulare grazie alla sua azione antiossidante. Il suo sapore delicato lo rende ideale per l'uso quotidiano: perfetto a crudo su verdure e insalate, ma anche nella preparazione di salse, sottoli e frittiture leggere. Un olio versatile che accompagna con discrezione ogni piatto.

Olio di Semi di Arachide

Dalla nobile semplicità dei semi di arachide nasce un olio dal profilo ricco e generoso. L'Olio di Semi di Arachide è sinonimo di fragranza, pensato per frittiture leggere, piatti delicati e preparazioni che richiedono equilibrio, gusto e digeribilità.

Apprezzato per il suo profilo organolettico nobile, è naturalmente ricco di acidi grassi monoinsaturi e vitamina E. Con un alto punto di fumo, offre ottime prestazioni in frittura, garantendo croccantezza e digeribilità senza alterare i sapori. Ma è perfetto anche nella preparazione di dolci, salse o sottoli. Un olio che sa adattarsi con eleganza ad ogni esigenza culinaria.

Olio di Semi di Soia

Semplice, delicato, salutare: l'Olio di Semi di Soia è come una carezza leggera per chi desidera coniugare benessere e sapore. Ottenuto dalla spremitura dei semi essiccati della pianta Glycine max, si distingue per l'elevata presenza di acidi grassi polinsaturi.

Fonte naturale di Omega 3 e 6, è un alleato prezioso per il benessere cardiovascolare e l'equilibrio nutrizionale. Con il suo sapore neutro, è perfetto a crudo su insalate, piatti vegetariani e zuppe. Un condimento versatile, ideale per chi cerca un olio capace di adattarsi ad ogni piatto con delicatezza e leggerezza.

Olio di Semi di Mais

Coltivato sotto il sole, custodito nel chicco: l'Olio di Semi di Mais nasce dal cuore del granturco per offrire un condimento dal gusto gentile e dalle virtù benefiche. Ricco di elementi preziosi, accompagna ogni ricetta con leggerezza e armonia.

Ricco di Omega 6, vitamina E e fitosteroli, contribuisce a mantenere equilibrati i livelli di colesterolo nel sangue. La sua delicatezza lo rende perfetto per accompagnare verdure, insalate, piatti freddi e caldi, senza coprirne i profumi naturali. Ottimo anche per cucinare con semplicità e gusto, è la scelta ideale per chi cerca un'alimentazione equilibrata, senza rinunciare alla bontà.

Olio di Semi Vari

Quando leggerezza e gusto si incontrano nasce l'Olio di Semi Vari, una miscela di oli vegetali selezionati pensata per offrire un condimento versatile e nutriente. Una scelta quotidiana, per chi ama cucinare con semplicità e cura.

La sua composizione bilanciata lo rende stabile in cottura e ideale per tutte le preparazioni, sia a crudo che in frittura. Il suo colore ambrato e la consistenza leggera lo rendono perfetto per condire insalate, preparare sughi delicati, soffritti e frittiture dorate. Un olio equilibrato che si adatta ad ogni ricetta, valorizzando gli ingredienti con discrezione e naturalezza.

Olio di Semi di Vinacciolo

Elegante, delicato e ricco di benefici, l'Olio di Semi di Vinacciolo è un dono prezioso della natura. Viene estratto dai piccoli semi dell'acino d'uva, un sottoprodotto nobile trasformato in un ingrediente di altissima qualità.

Naturalmente ricco di polifenoli, acido linoleico (Omega 6) e vitamina E, svolge un'importante azione antiossidante contribuendo al benessere del cuore e alla protezione delle cellule dallo stress ossidativo. Grazie al suo sapore discreto, è l'alleato ideale per condimenti leggeri, piatti raffinati e frittiture croccanti. Un olio fine e prezioso, espressione autentica di equilibrio tra gusto e salute.

Condigiusto

Nato dall'incontro armonioso tra natura e gusto, Condigiusto è un condimento raffinato, pensato per chi ama semplicità e benessere e perfetto per esaltare ogni piatto con una nota fresca e profumata dall'anima mediterranea.

Una miscela equilibrata di oli vegetali pregiati – girasole, mais e vinacciolo – selezionati per le loro proprietà nutrizionali, si unisce all'aroma fresco e avvolgente del basilico, re della cucina mediterranea. Il risultato è un condimento leggero e profumato, ideale per esaltare insalate, verdure, bruschette e piatti estivi, con un tocco di sapore che sa di sole, orti rigogliosi e convivialità.

FriggiChef

Creata per chi in cucina cerca il giusto equilibrio tra performance e qualità, FriggiChef è una miscela professionale di oli vegetali pensata per garantire una frittura dorata, croccante e leggera: composta da olio di semi di girasole, mais e palma, unisce stabilità in cottura e gusto neutro.

Grazie all'equilibrato contenuto di acidi grassi polinsaturi, come Omega 3 e Omega 6, FriggiChef offre anche un profilo nutrizionale bilanciato, ideale per chi non vuole rinunciare al benessere nemmeno nella frittura. Ideale per un uso frequente e professionale, è la scelta affidabile per frittiture sempre fragranti, gustose e leggere al palato.



Glassa e Aceto Balsamico di Modena IGP

La Glassa e l'Aceto Balsamico di Modena IGP racchiudono tutta la ricchezza aromatica della tradizione emiliana, raccontando con eleganza i profumi e i sapori di una cultura gastronomica senza tempo.

Aceto Balsamico di Modena IGP

Dal cuore delle tradizioni emiliane nasce l'Aceto Balsamico di Modena IGP Levante, espressione autentica di un sapere antico e artigianale. Ottenuto da mosto d'uva cotto e aceto di vino, questo prezioso condimento matura lentamente nelle botti, secondo i metodi tramandati nel tempo.

Con il suo profumo avvolgente e il gusto deciso ma equilibrato, esalta i sapori di ogni piatto, portando un tocco di profondità e raffinatezza. Perfetto su ricche insalate, formaggi stagionati, verdure grigliate, carni saporite e pesce alla brace, l'Aceto Balsamico Levante è l'ingrediente che fa la differenza, rendendo speciale anche la ricetta più semplice.

Glassa di Aceto Balsamico di Modena IGP

Un abbraccio morbido tra dolcezza e intensità, la Glassa di Aceto Balsamico di Modena Levante è una vera carezza per il palato. Vellutata e cremosa, nasce da un'accurata miscela di mosto d'uva cotto e Aceto Balsamico di Modena IGP, per accompagnare ogni piatto con un tocco di eleganza.

Perfettamente bilanciata, conquista con il suo sapore agro-dolce e la sua versatilità: ottima per decorare piatti gourmet, aggiunge carattere a insalate, verdure, risotti, formaggi, carni e pesci. Ma è tra i dolci che rivela tutta la sua anima sorprendente: su fragole, gelati, macedonie o dessert raffinati, trasforma ogni preparazione in un piccolo capolavoro di gusto.



Coratina in Purezza

Dalla cultivar più rappresentativa della tradizione pugliese nasce un olio dal carattere deciso e autentico. Un prodotto che racconta una storia millenaria fatta di radici profonde, paesaggi assolati e gesti antichi.

Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano

Dal cuore della Puglia, terra di ulivi secolari e di tradizioni contadine profonde, nasce Coratina in Purezza, un Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano ottenuto esclusivamente dalla cultivar Coratina, una delle varietà più antiche e pregiate del panorama olivicolo nazionale.

Questa monocultivar è nota per il suo carattere forte e autentico, espresso in un profilo sensoriale deciso: note di amaro medio-intenso e piccante persistente, che raccontano la ricchezza dei suoi composti fenolici e l'elevata concentrazione di acido oleico. Un olio dalla personalità marcata, ma perfettamente equilibrata, capace di esaltare con eleganza anche i piatti più semplici.

Coratina in Purezza è un concentrato di gusto e salute, grazie alle sue straordinarie proprietà nutrizionali e antiossidanti, che ne fanno un alleato prezioso per chi cerca autenticità, benessere e qualità superiore in cucina. Ideale per chi ama sapori intensi e per chi desidera portare in tavola l'eccellenza di una tradizione tutta italiana.

2.4.2

Tenuta San Martino



Il Pregiato

L'essenza più autentica dell'olio, omaggio alla materia prima nella sua forma più pura. Una selezione esclusiva per chi ama i sapori genuini, eredità viva di una tradizione antica.

Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano Grezzo di Frantoio

Pregiato, autentico, ricco di profumi: Grezzo di Frantoio è un olio extra vergine di oliva 100% Italiano non filtrato, che porta in tavola tutta la forza espressiva dell'olio appena franto. Una vera celebrazione della tradizione olearia italiana, frutto di un processo artigianale curato in ogni fase, dalla raccolta delle olive alla molitura a freddo entro 24 ore.

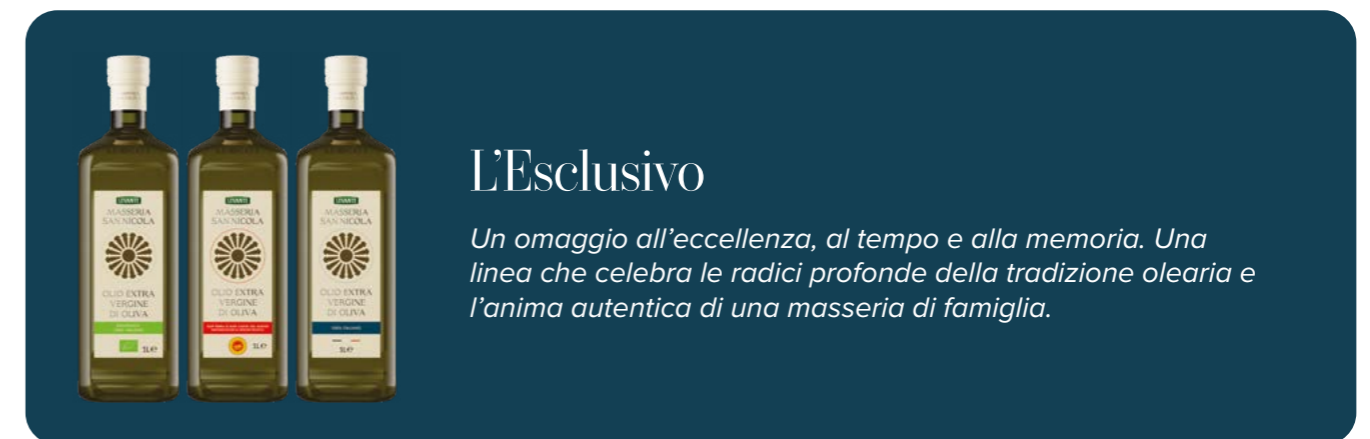
Prodotto con olive delle cultivar Coratina e Ogliarola, provenienti da uliveti secolari coltivati in Puglia, quest'olio racchiude in sé una storia fatta di gesti antichi, attenzione al dettaglio e profondo rispetto per la

terra. Il suo aspetto naturalmente opaco e la presenza di minute particelle di polpa d'oliva raccontano la sua autenticità e ne esaltano la consistenza, regalando al palato una sensazione piena e genuina che rievoca il sapore dell'olio appena franto.

Intenso, fruttato, con note di amaro e piccante ben presenti ma armoniche, Grezzo di Frantoio è ideale per l'uso a crudo: perfetto su bruschette, verdure grigliate, zuppe rustiche, carni alla brace e formaggi stagionati. Un olio che non filtra emozioni, ma le esalta, goccia dopo goccia.

Masseria San Nicola

2.4.3



L'Esclusivo

Un omaggio all'eccellenza, al tempo e alla memoria. Una linea che celebra le radici profonde della tradizione olearia e l'anima autentica di una masseria di famiglia.

Olio Extra Vergine di Oliva DOP Terra di Bari Castel del Monte

C'è un luogo dove gli ulivi affondano le radici nella storia, e dove la terra, da secoli, custodisce il sapere antico dell'arte olearia tramandato da generazioni dalla Famiglia Cassetta. Da questo legame profondo tra natura e tradizione nasce un olio che racconta la vera essenza della Puglia: autentico, intenso, familiare. Il DOP Terra di Bari Castel del Monte Masseria San Nicola è un Olio Extra Vergine di Oliva di straordinaria qualità, ottenuto da sole olive della varietà Coratina, coltivate e frante nel territorio barese. Il marchio DOP non è solo garanzia di origine, ma simbolo di un impegno rigoroso: ogni fase del processo produttivo, dalla coltivazione all'imbottigliamento, è controllata con attenzione per assicurare un olio che rispetti i più alti standard di tipicità e qualità.

Dalla consistenza brillante e dal colore verde intenso con riflessi dorati, si distingue per un aroma fruttato avvolgente e per il suo carattere deciso, con note di amaro e piccante che evocano mandorla. Ideale per chi ama i sapori schietti e autentici, non si limita ad accompagnare il gusto ma ne diventa l'anima.

Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano

Quando la qualità incontra il sapere di famiglia, nasce un olio capace di raccontare il territorio italiano attraverso ogni sfumatura di gusto. L'Olio Extra Vergine di Oliva 100% Italiano Masseria San Nicola è l'espressione di una lunga tradizione olearia che guarda al futuro con passione e rispetto per la materia prima. Prodotto con olive accuratamente selezionate e coltivate in Italia, viene estratto a freddo per preservarne tutte le proprietà nutrizionali e aromatiche. Il risultato è un olio dal colore verde intenso con riflessi dorati, dal profumo leggero e dal gusto fruttato delicato. Morbido al palato ed equilibrato, è ideale per esaltare ogni piatto, perfetto per chi ama condire con semplicità e naturalezza senza coprire i sapori ma esaltandoli con discrezione.

Un olio fresco e genuino, si rivela un alleato prezioso in cucina: dalle insalate fresche ai piatti caldi, dalle verdure grigliate a un semplice pane casereccio, porta con sé il profumo dell'Italia più autentica, goccia dopo goccia.

Olio Extra Vergine di Oliva UE

Un olio che racconta il sapere condiviso di terre vocate all'eccellenza, fatto di cura, rispetto e passione per la terra. L'Olio Extra Vergine di Oliva UE Masseria San Nicola è il risultato di una selezione accurata di olive coltivate secondo metodi rispettosi e una lavorazione che unisce esperienza artigianale e innovazione. Raccolte nel pieno della maturazione, le olive vengono lavorate delicatamente per mantenere intatte tutte le loro qualità organolettiche. Il risultato è un olio dal colore verde luminoso, con riflessi dorati, e un profumo elegante e fruttato. Al palato offre un gusto rotondo e persistente, con leggere sfumature amare e note vegetali che ricordano le erbe di campo. Un olio fresco e genuino, si rivela un alleato prezioso in cucina: dalle insalate fresche ai piatti caldi, dalle verdure grigliate a un semplice pane casereccio, porta con sé il profumo dell'Italia più autentica, goccia dopo goccia.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (97%) al Gusto di Peperoncino

Condimento audace che combina l'olio di oliva di alta qualità con il calore piccante del peperoncino, l'Olio Extra Vergine di Oliva aromatizzato al Peperoncino Masseria San Nicola crea un'esperienza gustativa dinamica e stimolante. Un condimento deciso, pensato per chi ama i sapori intensi, capaci di risvegliare il palato con ogni goccia. Avvolgente e piacevolmente piccante questo olio è estremamente versatile in cucina. È ideale per dare un tocco di vivacità a piatti come pasta, pizza e zuppe, e funziona meravigliosamente anche come condimento per marinare carni. Un filo è sufficiente per trasformare ogni piatto in un'esperienza di carattere.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al Gusto di Limone

Fresco e profumato, il Condimento al Limone Masseria San Nicola nasce dall'unione tra la purezza dell'olio extra vergine e la nota sgrumata del limone, in un abbinamento capace di esaltare la semplicità dei sapori. Ogni goccia racchiude un equilibrio perfetto tra morbidezza e vivacità, con un finale che lascia in bocca una sensazione di freschezza naturale. Al palato rivela un gusto vitaminico ma mai invasivo, che arricchisce ogni piatto con una nota luminosa e armonica. Ideale per condire insalate, verdure grigliate, carpacci di pesce o carni bianche, si presta anche alla realizzazione di emulsioni fresche o marinature leggere. Una scelta versatile che valorizza ogni preparazione con eleganza e sobrietà.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (98%) al Gusto di Basilico

Con il suo sapore aromatico ed equilibrato, il Condimento al Basilico Masseria San Nicola è un omaggio ai profumi dell'orto mediterraneo. Il sapore intenso e inconfondibile del basilico fresco si fonde con la rotondità dell'olio Evo, dando vita a un condimento delicato e pieno di vitalità che sa di estate e di ricette di famiglia. Una combinazione pensata per chi ama la genuinità e la tradizione della cucina mediterranea, quest'olio è l'accompagnamento perfetto per bruschette, capresi, pizze, pasta al pomodoro e vellutate, piatti semplici e genuini a cui dona un tocco di aromaticità senza coprire i sapori. Un omaggio alle ricette italiane più amate, con un tocco di armonia in più.

Condimento a base di Olio Extra Vergine di Oliva (97,5%) al Gusto di Tartufo Nero

Un aroma ricercato, un sapore inconfondibile: il Condimento al Tartufo Masseria San Nicola nasce dall'incontro tra la delicatezza dell'olio extra vergine di oliva e l'intensità profonda del tartufo nero. È un omaggio all'eleganza della terra e ai suoi frutti più pregiati, capace di trasformare ogni ricetta in un'esperienza sensoriale avvolgente. Ideale per impreziosire risotti, tagliolini, uova, carni rosse o piatti semplici come le patate al forno, questo condimento si distingue per la sua versatilità e il suo carattere raffinato. Basta un filo per dare profondità e personalità anche alle preparazioni più essenziali, regalando un tocco gourmet che conquista al primo assaggio.

Biolevante

2.4.4

Olio Extra Vergine di Oliva DOP Biologico Terra di Bari

Nelle campagne assolate ai piedi del maestoso Castel del Monte, gli ulivi secolari della cultivar Coratina raccontano una storia di autenticità, natura e tradizione. Da queste terre generose, coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica e nel rispetto del disciplinare DOP, nasce un olio che racchiude l'essenza più sincera del paesaggio pugliese. Estratto a freddo per preservarne intatte tutte le proprietà nutrizionali e aromatiche, questo olio extra vergine si distingue per un profilo leggermente fruttato, con sfumature erbacee e un'eleganza che conquista. È l'espressione di un equilibrio raro tra rispetto per l'ambiente e passione familiare, firmata da chi da generazioni custodisce il sapere oleario con dedizione: la famiglia Cassetta.

La Masseria

2.4.5



Antico Frantoio

Un olio che profuma di ricordi, dove ogni goccia racconta la poesia della terra e la forza delle radici. Nato da ulivi antichi e mani sapienti, è l'essenza più autentica della tradizione contadina mediterranea.

Olio Extra Vergine di Oliva EU

Autentico, armonico, ricco di gusto: l'olio Extra Vergine di Oliva EU firmato La Masseria è l'espressione più sincera della cultura olearia mediterranea. Ottenuto da olive coltivate nel bacino europeo, raccolte al giusto grado di maturazione e lavorate secondo tradizione, racchiude un sapere fatto di esperienza, rispetto e attenzione alla qualità. L'estrazione a freddo ne preserva le proprietà organolettiche originarie, regalando un profumo intenso e un sapore fruttato, con accenti dorati e rotondi che raccontano la generosità della terra. La sua struttura equilibrata, priva di eccessi, rende questo olio un compagno affidabile per ogni preparazione, capace di

esaltare i sapori senza coprirli.

Leggero e delicato, è perfetto per l'uso quotidiano in cucina: ottimo a crudo su insalate, verdure, cereali e legumi, si esprime benissimo anche in cottura, arricchendo i piatti semplici con sobrietà ed eleganza. Ogni goccia è una dichiarazione di gusto, equilibrio e rispetto per la buona tavola.

Olio Extra Vergine di Oliva EU e Non

Unione di terre, profumi e saperi, l'Olio Extra Vergine di Oliva EU e Non firmato La Masseria nasce dalla combinazione armoniosa di olive selezionate provenienti dal bacino europeo e da coltivazioni internazionali di qualità. Un incontro di culture e tradizioni che dà vita a un olio equilibrato e generoso. Le cultivar vengono raccolte al giusto grado di maturazione e lavorate con metodi di estrazione a freddo, per preservare la ricchezza dei sentori e la genuinità dell'oliva. Al naso si percepisce un profumo sobrio e vegetale, mentre al palato si distingue un gusto rotondo, morbido e armonioso, con note che si adattano a ogni preparazione senza mai sovrastarla. Versatile e funzionale, questo olio si presta all'uso a crudo per condire insalate e piatti leggeri, ma sa accompagnare con equilibrio anche cotture più complesse, regalando sempre un tocco di naturale eleganza. Un alleato prezioso per chi ama una cucina semplice, ma piena di personalità.

Olio Vergine di Oliva

Nato dalla prima spremitura delle olive, l'Olio Vergine La Masseria è il frutto di una lavorazione semplice e naturale, che conserva tutta l'anima genuina della tradizione. Estratto a freddo attraverso processi meccanici, senza l'uso di additivi o solventi, mantiene intatte le sue qualità organolettiche e nutritive.

Di un verde intenso e brillante, questo olio si distingue per il gusto equilibrato mediamente fruttato e per un profumo che richiama il paesaggio olivicolo del Mediterraneo, capace di accompagnare ogni preparazione con discrezione e carattere. Un alleato sincero per chi cerca un olio versatile e autentico, che racconta la semplicità della terra e il rispetto per i suoi frutti.

È l'ingrediente perfetto per la cucina di tutti i giorni: ideale nella preparazione di sughi, salse, piatti a base di carne, pesce e verdure, esalta con naturalezza i sapori senza coprirli. Sapore schietto, anima contadina: ogni goccia porta in tavola una tradizione che profuma di casa.

Olio di Oliva

Un olio che racconta la semplicità e l'armonia della buona cucina quotidiana, che nasce dall'incontro tra olio di oliva raffinato e una selezione di olio extra vergine di oliva, in un equilibrio perfetto tra delicatezza e carattere. Un'unione pensata per offrire un prodotto versatile, capace di esaltare ogni piatto con naturalezza.

Frutto della lunga esperienza artigianale e della cura quotidiana del Frantoio La Masseria, questo olio porta in tavola un gusto autentico e sempre affidabile. È l'espressione di un sapere che si tramanda nel tempo, fatto di gesti semplici e attenzioni costanti. Il suo colore ambrato e il profumo leggero introducono un gusto morbido, rotondo e armonioso, pensato per accompagnare ogni gesto in cucina.

Grazie alla sua stabilità, è ideale sia per l'uso a crudo che in cottura: ottimo per sughi, carni, legumi, verdure e perfetto anche per frittiture leggere e dorate. Un ingrediente quotidiano dal cuore genuino, che accompagna con discrezione ogni sapore.

Olio di Sansa Oliva

Nato da una filosofia di rispetto per la terra e per ciò che essa offre, l'Olio di Sansa di Oliva La Masseria è l'espressione di un approccio sostenibile alla produzione olearia. È, infatti, ottenuto dalla lavorazione attenta dei residui della spremitura delle olive, sapientemente miscelati con olio extra vergine di oliva, per dar vita a un prodotto autentico e ricco di gusto. Questa combinazione dà vita a un olio dal gusto intenso ed equilibrato, con una struttura corposa e un elevato punto di fumo, ideale per l'uso in cucina ad alte temperature. È perfetto per frittiture leggere, croccanti e dorate, in grado di mantenere intatte le caratteristiche degli ingredienti, ma anche per la preparazione di pane, focacce, taralli e biscotti, ai quali conferisce una fragranza unica e una consistenza friabile.

L'Olio di Sansa La Masseria non è solo un ingrediente versatile e funzionale, ma anche un esempio virtuoso

di economia circolare: nulla si spreca, tutto si valorizza. Un olio che racconta una storia di rispetto, sapienza artigianale e attenzione al futuro.

Condimento Linea Restaurant

Pensato per la ristorazione professionale, il Condimento La Masseria nasce dall'unione equilibrata tra olio extra vergine di oliva, oli vegetali selezionati e un bouquet aromatico di erbe mediterranee. Una combinazione dal profumo avvolgente e dal gusto fresco, che arricchisce ogni piatto con semplicità e carattere.

La Linea Restaurant di La Masseria è pensata per soddisfare le esigenze di chef e ristoratori, offrendo un prodotto pratico da utilizzare, stabile alle alte temperature e capace di garantire prestazioni elevate senza rinunciare al gusto autentico. Una soluzione che semplifica le preparazioni quotidiane e arricchisce ogni piatto con un tocco mediterraneo, autentico e professionale.

Dal profilo armonioso, è perfetto a crudo su insalate, pesce, carni bianche e verdure grigliate, ma si presta anche all'uso in cottura, regalando una nota delicata ma distintiva a ogni preparazione. Un alleato affidabile per chi lavora in cucina ogni giorno.

Terra Natura

2.4.6

Olio Extra Vergine di Oliva Biologico UE

Quando la natura incontra il rispetto per la terra, nasce un olio che racconta la purezza del Mediterraneo con ogni goccia. Terra Natura è l'olio extra vergine di oliva biologico pensato per chi desidera portare in tavola benessere, autenticità e consapevolezza.

Ottenuto esclusivamente da olive biologiche coltivate secondo metodi sostenibili e rigorosi standard ambientali, viene estratto a freddo per preservarne intatte le proprietà nutrizionali e sensoriali. Ricco di antiossidanti naturali e acidi grassi monoinsaturi, si distingue per il gusto equilibrato e armonioso, ideale per esaltare piatti semplici o raffinati con un tocco di naturalezza. La scelta ideale per chi cerca un olio buono, sano e amico dell'ambiente.

NicOlio

2.4.7

Olio Extra Vergine di Oliva UE

Ogni bottiglia di Olio Extra Vergine di Oliva NicOlio racchiude una storia fatta di passione per l'olivicoltura e rispetto per la qualità. Nato da una selezione accurata di olive coltivate nell'Unione Europea, è il frutto di un processo produttivo che unisce saperi antichi e innovazione tecnologica.

Dalla raccolta al confezionamento, ogni fase è seguita con attenzione per preservare le proprietà naturali dell'oliva e ottenere un olio dal profumo armonico e dal gusto equilibrato. Ricco di sfumature aromatiche, NicOlio è l'alleato ideale in cucina per chi cerca genuinità e versatilità, perfetto per accompagnare ogni piatto quotidiano con una nota autentica. Un olio che, oltre a esaltare i sapori, custodisce il valore di una visione: quella di Nicola Cassetta, a cui il marchio è dedicato.

Olio di Sansa di Oliva

L'Olio di Sansa nasce da un principio semplice ma fondamentale: valorizzare ogni parte dell'oliva per creare un prodotto funzionale e sostenibile. Si ottiene dalla lavorazione della sansa, a cui si aggiunge una selezione di oli extra vergine, in un equilibrio studiato per offrire stabilità e rendimento.

Caratterizzato da un gusto neutro e un punto di fumo elevato, è particolarmente indicato per le frittiture leggere e dorate, ma anche per impasti da forno come pane, focacce e biscotti, dove garantisce friabilità e consistenza. È l'olio che unisce praticità e rispetto per l'ambiente, con lo stesso impegno che da sempre guida la visione della famiglia Cassetta. Una scelta consapevole per chi in cucina cerca concretezza e qualità, senza sprechi.

2.4.8

Mister Chef

Blend Olio Extra Vergine di Oliva e Girasole

Pensato per chi vive la cucina con passione, questo blend firmato Mister Chef unisce la pienezza aromatica dell'olio extra vergine di oliva alla leggerezza e stabilità dell'olio di girasole. Una combinazione studiata per garantire elevate performance in cottura, soprattutto nelle frittiture.

La sinergia tra i due oli permette di mantenere una resa costante anche ad alte temperature, assicurando croccantezza e leggerezza, senza alterare i sapori naturali degli alimenti. Il risultato è un condimento versatile e funzionale, che rispetta l'identità di ogni piatto e si rivela un alleato prezioso nelle cucine professionali più esigenti.

Blend Sansa e Girasole

Semplice, funzionale, affidabile: il blend di sansa e girasole Mister Chef è la risposta concreta alle esigenze quotidiane della ristorazione. Un mix studiato per offrire solidità e convenienza, mantenendo standard qualitativi elevati in ogni preparazione.

Grazie al suo alto punto di fumo e al gusto neutro, questo blend è ideale per frittiture prolungate, cotture ad alte temperature e tutte quelle preparazioni in cui l'olio non deve coprire ma valorizzare gli ingredienti. Sostenibile e performante, è la scelta perfetta per ottimizzare i tempi in cucina senza rinunciare a risultati impeccabili.

2.4.9

Gustolio

Blend Olio Extra Vergine di Oliva e Girasole

Un'interpretazione moderna del gusto mediterraneo, studiata specificamente per il mercato tedesco. Gustolio unisce l'intensità aromatica dell'Extra Vergine di Oliva ai toni delicati e neutri dell'Olio di Semi di Girasole, creando un blend dal fruttato medio-equilibrato che esalta l'autenticità del sapore.

Pensato per chi desidera un olio quotidiano affidabile, perfetto su piatti semplici o come base neutra per esaltare l'essenza degli ingredienti.

Olio Extra Vergine di Oliva UE

Prodotto con le migliori olive provenienti dai territori dell'Unione Europea, questo olio rappresenta una celebrazione autentica del patrimonio olivicolo mediterraneo. Di gusto armonico e bilanciato, si distingue per le sue delicate note fruttate e un profumo avvolgente che richiama la genuinità della tradizione contadina.

Ideale per l'uso quotidiano in cucina, si presta a condire con eleganza ogni piatto, dalla semplicità di una bruschetta alla ricercatezza di una preparazione gourmet.

Olio Extra Vergine di Oliva Biologico UE

La qualità incontra la sostenibilità in questa versione biologica certificata, ottenuta da olive coltivate nel pieno rispetto dell'ambiente e dei principi dell'agricoltura biologica europea. Un olio dal carattere autentico, che conserva l'integrità della materia prima e ne esalta le proprietà organolettiche grazie alla spremitura a freddo.

Ideale per chi cerca gusto e semplicità, questo olio valorizza ogni piatto con una nota autentica e leggera, capace di esaltare la naturale bontà degli ingredienti senza sovrastarla.

Conolio

2.4.10

Blend Olio Extra Vergine di Oliva e Girasole

Un incontro armonioso tra la ricchezza aromatica dell'Olio Extra Vergine di Oliva e la delicatezza dell'Olio di Semi di Girasole. Questo blend è studiato per coniugare sapore e versatilità, offrendo una base equilibrata che si adatta a molteplici usi in cucina. Conferisce una nota fruttata leggera e un profilo aromatico delicato, senza compromettere leggerezza e croccantezza.

Ideale sia a crudo che in cottura, è la scelta giusta per chi desidera coniugare gusto, funzionalità e qualità in ogni preparazione.

Blend Sansa e Girasole

Pensato per la ristorazione professionale, questo blend nasce dall'unione equilibrata tra Olio di Sansa raffinato e Olio di Semi di Girasole. Il risultato è una miscela tecnica ma affidabile, che offre ottime prestazioni in cucina, soprattutto durante frittiture e cotture prolungate. Ideale in contesti professionali dove continuità, affidabilità e qualità sono requisiti essenziali, giorno dopo giorno.

La sua elevata resistenza alle alte temperature, unita a un gusto neutro, lo rende un alleato indispensabile in cucina per ottenere frittiture leggere, croccanti e dorate.

Oroliveto

2.4.11

Olio Extra Vergine di Oliva UE

Un incontro armonioso tra la ricchezza aromatica dell'Olio Extra Vergine di Oliva e la delicatezza. Un viaggio attraverso le migliori cultivar europee prende forma in questo olio extra vergine dal profilo armonioso e fragrante. Questo Extra Vergine EU Oroliveto nasce da olive accuratamente selezionate e lavorate con metodi delicati per mantenere intatte tutte le caratteristiche organolettiche.

Di gusto equilibrato e profumo fresco, è un condimento versatile, ideale per chi cerca un olio affidabile e leggero, capace di valorizzare con discrezione ogni preparazione quotidiana, dalla cucina semplice a quella più creativa.

Olio Extra Vergine di Oliva UE e Non

Un blend internazionale, pensato per unire la ricchezza dei territori europei alla generosità delle coltivazioni d'oltreconfine. L'Evo Oroliveto EU e Non nasce da una combinazione sapiente di oli extravergini che si fondono in un gusto armonioso, fruttato e morbido, adatto a ogni occasione.

La sua struttura bilanciata lo rende perfetto per accompagnare sia piatti delicati che sapori più decisi, garantendo sempre un tocco di autenticità e qualità. Una scelta versatile, pensata per chi ama esplorare sapori globali mantenendo un legame con la tradizione.

Olio di Oliva

Una combinazione sapiente tra olio raffinato e olio vergine dà vita a un prodotto pratico e affidabile, perfetto per l'uso quotidiano in cucina. L'Olio di Oliva Oroliveto si distingue per il suo profilo gustativo delicato, il colore limpido e la buona stabilità termica, che lo rendono adatto sia all'uso a crudo che in cottura.

Versatile e ben bilanciato, è ideale per chi desidera un ingrediente semplice ma di qualità, capace di accompagnare ogni piatto con equilibrio e senza coprirne i sapori originali. o un legame con la tradizione.

Olio di Sansa di Oliva

Oroliveto propone un Olio di Sansa che valorizza appieno il principio dell'economia circolare, trasformando i residui della frangitura delle olive in una risorsa preziosa. Questo olio, ottenuto da sansa raffinata e arricchito con una quota di extravergine, si distingue per l'ottima resa in cucina, grazie al suo alto punto di fumo e al profilo neutro.

Ideale per frittiture leggere, impasti da forno, pane, biscotti e preparazioni rustiche, rappresenta una scelta funzionale e sostenibile, che coniuga convenienza e responsabilità ambientale mantenendo un legame con la tradizione.





3. OBIETTIVI, MODELLO DI BUSINESS E ANALISI DI MATERIALITÀ

3 OBIETTIVI, MODELLO DI BUSINESS E ANALISI DI MATERIALITÀ

3.1 Sustainable Development Goals

Un impegno globale, una visione condivisa, una responsabilità collettiva.

Nel settembre 2015, 193 Paesi membri delle Nazioni Unite hanno siglato un patto per il futuro: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Un programma universale che guarda oltre i confini geografici e culturali, ponendo al centro dell'azione condivisa cinque pilastri fondamentali, le **5 P**, le coordinate attraverso cui leggere le grandi sfide globali, ma anche i valori guida per costruire un cambiamento concreto e misurabile:

- **Persone (People).** Promuovere l'inclusione sociale, garantire accesso universale alla salute, all'istruzione e al benessere;
- **Pianeta (Planet).** Proteggere l'ambiente e le risorse naturali, contrastare il cambiamento climatico e preservare la biodiversità, per assicurare un futuro vivibile alle generazioni future;
- **Prosperità (Prosperity).** Sostenere uno sviluppo economico duraturo, l'occupazione di qualità, l'innovazione e un sistema produttivo equo e inclusivo, capace di generare valore condiviso;
- **Pace (Peace).** Promuovere società giuste, pacifiche e inclusive, rafforzando le istituzioni, il rispetto dei diritti e la cultura della legalità;
- **Partnership.** Coltivare la cooperazione internazionale e il dialogo tra istituzioni, imprese e comunità, per unire competenze e risorse nel

raggiungimento degli obiettivi comuni.

L'Agenda ingloba 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals – SDGs*), in un grande programma d'azione per un totale di 169 traguardi (target), che rappresentano una vera e propria mappa per costruire un mondo più equo, verde e resiliente entro il 2030.

Ogni obiettivo racconta una sfida collettiva, ogni traguardo è un passo verso un'evoluzione condivisa.

L'Agenda 2030 non è solo un documento istituzionale: è una chiamata all'azione per imprese, cittadini, enti e comunità. È un invito a **ripensare i nostri modelli di produzione, consumo e sviluppo**, guidati da valori di equità, responsabilità e futuro.

Nella tabella seguente, è riportata la suddivisione dei *Sustainable Development Goals* secondo le cinque aree prioritarie, per offrire una lettura sistemica e immediata delle principali sfide globali poste in essere dall'Agenda 2030.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

5 P

Goal 1	Sconfiggere la povertà	PERSONE
Goal 2	Sconfiggere la fame	
Goal 3	Salute e benessere	
Goal 4	Istruzione di qualità	
Goal 5	Parità di genere	
Goal 6	Acqua pulita e servizi igienico-sanitari	PIANETA
Goal 7	Energia pulita e accessibile	PROSPERITÀ
Goal 8	Lavoro dignitoso e crescita economica	
Goal 9	Imprese, innovazione e infrastrutture	
Goal 10	Ridurre le disuguaglianze	
Goal 11	Città e comunità sostenibili	PIANETA
Goal 12	Consumo e produzione responsabili	
Goal 13	Lotta contro il cambiamento climatico	
Goal 14	Vita sott'acqua	
Goal 15	Vita sulla terra	
Goal 16	Pace, giustizia e istituzioni solide	PACE
Goal 17	Partnership per gli obiettivi	PARTNERSHIP



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



La matrice di connettività tra i 17 SDGs e i 6 Capitali (capitale umano, finanziario, materiale e infrastrutturale, organizzativo, naturale, sociale e relazionale) è riportata qui di seguito.

Capitali	SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS - SDGs
Capitale umano	
Capitale finanziario	
Capitale materiale e infrastrutturale	
Capitale organizzativo	
Capitale naturale	
Capitale sociale e relazionale	

All'interno di questo quadro complessivo, alcuni SDGs assumono un rilievo particolare per la filiera agroalimentare e per le attività di Olio Levante. In particolare, risultano **prioritari** gli obiettivi:



Questi SDGs riflettono i valori fondanti dell'impresa e tracciano le direttrici su cui si orientano i principali impegni per un futuro sostenibile.



Goal n. 3

3.1

Il Sustainable Development Goal n. 3 prescrive di assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.

In particolare, prescrive di:

- entro il 2030, ridurre il tasso di mortalità materna globale a meno di 70 per ogni 100.000 bambini nati vivi (3.1);
- entro il 2030, porre fine alle morti prevenibili di neonati e bambini sotto i 5 anni di età; tutti i paesi dovranno cercare di ridurre la mortalità neonatale ad almeno 12 per ogni 1.000 bambini nati vivi e la mortalità dei bambini sotto i 5 anni di età ad almeno 25 per 1.000 bambini nati vivi (3.2);
- entro il 2030, porre fine alle epidemie di AIDS, tubercolosi, malaria e malattie tropicali trascurate; combattere l'epatite, le malattie di origine idrica e le altre malattie trasmissibili (3.3);
- entro il 2030, ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e il trattamento e promuovere benessere e salute mentale (3.4);
- entro il 2030, garantire l'accesso universale ai servizi di assistenza sanitaria sessuale e riproduttiva, inclusa la pianificazione familiare, l'informazione, l'educazione e l'integrazione della salute riproduttiva nelle strategie e nei programmi nazionali (3.7);
- entro il 2030, ridurre sostanzialmente il numero di decessi e malattie da sostanze chimiche pericolose e da contaminazione e inquinamento dell'aria, delle acque e del suolo (3.9);
- rafforzare la capacità di tutti i paesi, soprattutto dei paesi in via di sviluppo, di segnalare in anticipo, ridurre e gestire i rischi legati alla salute, sia a livello nazionale che globale (3.9.d).

Riguardo al Goal n. 3, dal "Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l'Agenda 2030 in Italia" dell'Istat emerge quanto segue:

- nel 2024 la speranza di vita alla nascita in Italia è di 83,4 anni, in aumento rispetto al 2023 (+0,4 anni); gli uomini hanno una prospettiva media di vita attesa più bassa

- (81,4) rispetto alle donne (85,5); la speranza di vita in buona salute alla nascita, nel 2024, si stima in 58,1 anni, 59,8 per gli uomini e 56,6 per le donne;
- nel 2024 i decessi in Italia sono stati 651mila, -3,1% rispetto al 2023, con un tasso di mortalità dell'11,0 per mille residenti; nel 2022 la probabilità di morire tra i 30 e i 69 anni per tumore, diabete, malattie cardiovascolari e respiratorie è dell'8,2%, valore che sale a 10,1% tra gli uomini e scende a 6,4% tra le donne;
- nel 2023 il quoziente specifico di fecondità delle donne tra i 15 e i 19 anni è di 13,6 nati per mille giovani donne, valore che scende nel Nord-est (8,6) e sale nelle Isole (30,1);
- nel 2022 la dotazione di posti letto in Italia è di 30,3 per 10mila abitanti, con un valore più alto nel Nord-ovest (32,5) e più basso nel Sud (27,1);
- nel 2023 il tasso di mortalità per incidente stradale è di 4,9 decessi per 100mila residenti, che corrisponde a circa 8 decessi al giorno sulle strade italiane. Il tasso di mortalità stradale maschile è quattro volte quello delle donne (8,1 vs 1,9).

I confronti tra l'evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all'anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



promozione della parità di genere e l'emancipazione di tutte le donne e bambine, a tutti i livelli (5.6.c).

Riguardo al Goal n. 5, dal "Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l'Agenda 2030 in Italia" dell'Istat emerge quanto segue:

- aumenta l'offerta di servizi specializzati per il supporto e la protezione delle donne vittime di violenza, con un tasso di 2,74 di servizi ogni 100mila donne di 14 anni e più;
- in crescita nell'ultimo decennio la rappresentanza politica delle donne nelle amministrazioni regionali, così come nei consigli di amministrazione delle società quotate in borsa e negli organi decisionali;
- nel 2024 torna a livelli pre-pandemici il rapporto tra il tasso di occupazione delle donne con figli in età prescolare e quello delle donne senza figli (75,4%).

I confronti tra l'evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all'anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



3.1.2



Goal n. 5

Il Sustainable Development Goal n. 5 prescrive di raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.

In particolare, prescrive di:

- porre fine, ovunque, a ogni forma di discriminazione nei confronti di donne e ragazze (5.1);
- eliminare ogni forma di violenza nei confronti di donne e bambine, sia nella sfera privata che in quella pubblica, compreso il traffico di donne e lo sfruttamento sessuale e di ogni altro tipo (5.2);
- garantire piena ed effettiva partecipazione femminile e pari opportunità di leadership ad ogni livello decisionale in ambito politico, economico e della vita pubblica (5.5);
- avviare riforme per dare alle donne uguali diritti di accesso alle risorse economiche così come alla titolarità e al controllo della terra e altre forme di proprietà, ai servizi finanziari, eredità e risorse naturali, in conformità con le leggi nazionali (5.6.a);
- rafforzare l'utilizzo di tecnologie abilitanti, in particolare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, per promuovere l'emancipazione della donna (5.6.b);
- adottare e intensificare una politica sana ed una legislazione applicabile per la

3.1.3



Goal n. 7

Il Sustainable Development Goal n. 7 prescrive di assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.

In particolare, prescrive di:

- garantire entro il 2030 accesso a servizi energetici che siano convenienti, affidabili e moderni (7.1);
- aumentare considerevolmente entro il 2030 la quota di energie rinnovabili nel consumo totale di energia (7.2);
- raddoppiare entro il 2030 il tasso globale di miglioramento dell'efficienza energetica (7.3).

Riguardo al Goal n. 7, dal "Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l'Agenda 2030 in Italia" dell'Istat emerge quanto segue:

- nel 2023, la quota complessiva di energia da fonti rinnovabili (FER) sul consumo finale lordo di energia (CFL) aumenta solo marginalmente, collocandosi al 19,6% (+0,5 p.p. rispetto al 2022 e +2,9 p.p. nell'ultimo decennio), per effetto più della contrazione del CFL che non dell'incremento delle FER;

- nel 2023 si riscontrano andamenti positivi in termini di riduzione dei consumi energetici, confermando la posizione virtuosa dell'Italia nel contesto europeo; il settore residenziale registra una rilevante contrazione dei consumi finali (468 chilogrammi equivalenti petrolio pro capite; -8% rispetto al 2022), collocandosi al livello più basso dell'ultimo decennio;
- l'intensità energetica scende da 83,5 a 79,6 tonnellate equivalenti petrolio per milione di euro (-4,7%) segnando, anche in questo caso, il minimo degli ultimi dieci anni;
- nel 2024, la quota di mercato delle autovetture elettriche o ibride plug-in è in calo per il terzo anno consecutivo e si attesta al 7,5%; gli obiettivi normativi (25% entro il 2030) appaiono molto lontani.

I confronti tra l'evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all'anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



3.1.4



Goal n. 8

Il Sustainable Development Goal n. 8 prescrive di incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

In particolare, prescrive di:

- raggiungere standard più alti di produttività economica attraverso la diversificazione, il progresso tecnologico e l'innovazione, anche con particolare attenzione all'alto valore aggiunto e ai settori ad elevata intensità di lavoro (8.2);
- promuovere politiche orientate allo sviluppo, che supportino le attività produttive, la creazione di posti di lavoro dignitosi, l'imprenditoria, la creatività e l'innovazione, e che incoraggino la formalizzazione e la crescita delle piccole-medie imprese, anche attraverso l'accesso a servizi finanziari (8.3);
- garantire entro il 2030 un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per donne e uomini, compresi i giovani e le persone con disabilità, e un'equa remunerazione per lavori di equo valore (8.5);
- ridurre entro il 2030 la quota di giovani disoccupati e al di fuori di ogni ciclo di studio o formazione (8.6);
- proteggere il diritto al lavoro e promuovere un ambiente lavorativo sano e sicuro per tutti i lavoratori, inclusi gli immigrati, in particolare le donne, e i precari (8.8);
- concepire e implementare entro il 2030 politiche per favorire un turismo sostenibile che crei lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali (8.9).

Riguardo al Goal n. 8, dal "Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l'Agenda 2030 in Italia" dell'Istat emerge quanto segue:

- nel 2024 il Pil registra un incremento dello 0,7% in volume, in linea con l'anno precedente, segnando una crescita al di sotto della media Ue27 (+1%); il Pil per occupato e il valore aggiunto per ora lavorata registrano invece, per il secondo anno di fila, una contrazione;
- nel 2024, il tasso di occupazione aumenta di 0,8 punti percentuali rispetto al 2023, portandosi al 67,1%, il tasso di disoccupazione scende di 1,2 p.p. e raggiunge il 6,5%;
- nel 2024, la quota di Not in Education, Employment or Training - NEET è pari al 15,2% dei 15-29enni, seconda solo alla Romania tra i paesi Ue27; nel 2022, la retribuzione oraria media lorda percepita dai lavoratori dipendenti è pari a 16,02 euro;
- nel contesto europeo, l'Italia registra uno dei più limitati incrementi sia rispetto al 2018 (+3%), sia rispetto al 2010 (+10,6%), a fronte di una variazione media Ue27 del +14,6% e + 31%.

I confronti tra l'evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all'anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



Goal n. 12

Il Sustainable Development Goal n. 12 prescrive di garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

3.1.5

In particolare, prescrive di:

- entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'utilizzo efficiente delle risorse naturali (12.2);
- entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro-capite a livello di vendita al dettaglio e dei consumatori e ridurre le perdite di cibo durante le catene di produzione e di fornitura, comprese le perdite del post-raccolto (12.3);
- entro il 2020, raggiungere la gestione eco-compatibile di sostanze chimiche e di tutti i rifiuti durante il loro intero ciclo di vita, in conformità ai quadri internazionali concordati, e ridurre sensibilmente il loro rilascio in aria, acqua e suolo per minimizzare il loro impatto negativo sulla salute umana e sull'ambiente (12.4);
- entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo (12.5);
- incoraggiare le imprese, in particolare le grandi aziende multinazionali, ad adottare

pratiche sostenibili e ad integrare le informazioni sulla sostenibilità nei loro resoconti annuali (12.6)

- sviluppare e implementare strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per il turismo sostenibile, che crea posti di lavoro e promuove la cultura e i prodotti locali (12.8.b).

Riguardo al Goal n. 12, dal “Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l’Agenda 2030 in Italia” dell’Istat emerge quanto segue:

- il 2023 segna andamenti favorevoli per il consumo interno di materia (CMI), che diminuisce del 7,4% in rapporto al Pil e del 6,7% in rapporto alla popolazione; con 0,25 tonnellate di materiale consumato per 1.000 euro e 8,3 per abitante, l’Italia risulta tra i paesi più virtuosi dell’Ue27, guadagnando la seconda posizione nella graduatoria pro capite e la terza in quella rispetto al Pil;
- nonostante un lieve incremento nel pro capite dei rifiuti urbani (+0,8%), la percentuale di riciclaggio sale di 1,6 punti percentuali, sfiorando il 51%, mentre la quota di raccolta differenziata, in aumento di 1,4 p.p., si attesta a 66,6%; restano tuttavia rilevanti i ritardi rispetto alla normativa e diffusi i divari territoriali;
- rallenta l’incremento del tasso di utilizzo circolare dei materiali (+0,2 p.p.), dopo il recupero del 2022;
- la quota di materiale recuperato e restituito all’economia sul totale dei materiali utilizzati raggiunge nel 2023 il 20,8%, nettamente al di sopra del profilo medio Ue27 (11,8%), e secondo nel contesto europeo;
- nel 2022, le attività produttive hanno generato 10 milioni di tonnellate di rifiuti speciali pericolosi, in diminuzione del 6% rispetto all’anno precedente; la produzione di rifiuti speciali pericolosi segna un netto decremento, rispetto all’anno precedente, in rapporto sia al Pil (-12%) sia alla popolazione (-6%), risultando tuttavia in aumento rispetto al 2014 (+4% e +16%).

I confronti tra l’evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all’anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



Goal n. 15

3.1.6

Il Sustainable Development Goal n. 15 prescrive di proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell’ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno e fermare la perdita di diversità biologica.

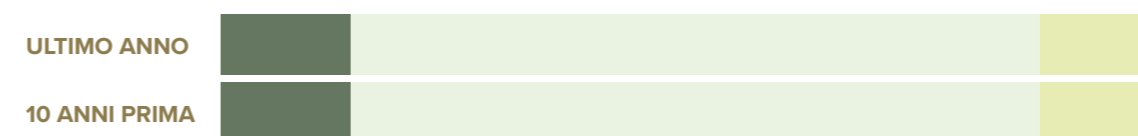
In particolare, prescrive di:

- entro il 2020, garantire la conservazione, il ripristino e l’utilizzo sostenibile degli ecosistemi di acqua dolce terrestri e dell’entroterra nonché dei loro servizi, in modo particolare delle foreste, delle paludi, delle montagne e delle zone aride, in linea con gli obblighi derivanti dagli accordi internazionali (15.1);
- entro il 2020, promuovere una gestione sostenibile di tutti i tipi di foreste, arrestare la deforestazione, ripristinare le foreste degradate e aumentare ovunque, in modo significativo, la riforestazione e il rimboschimento (15.2);
- entro il 2030, combattere la desertificazione, ripristinare le terre degradate, comprese quelle colpite da desertificazione, siccità e inondazioni, e battersi per ottenere un mondo privo di degrado del suolo (15.3);
- intraprendere azioni efficaci ed immediate per ridurre il degrado degli ambienti naturali, arrestare la distruzione della biodiversità e, entro il 2020, proteggere le specie a rischio di estinzione (15.5);
- entro il 2020, introdurre misure per prevenire l’introduzione di specie diverse ed invasive nonché ridurre in maniera sostanziale il loro impatto sugli ecosistemi terrestri e acquatici e controllare o debellare le specie prioritarie (15.8).

Riguardo al Goal n. 15, dal “Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l’Agenda 2030 in Italia” dell’Istat emerge quanto segue:

- nel 2022 le aree protette coprono il 21,7% del territorio nazionale. L’obiettivo fissato dalla Strategia nazionale per la biodiversità è di raggiungere il 30% entro il 2030;
- nel 2023, le superfici forestali certificate continuano ad aumentare (+6,2% rispetto all’anno precedente), ma la loro estensione rispetto alle aree forestali resta molto al di sotto alla media europea;
- nel 2023, il 42,3% delle aree naturali e semi-naturali presentava un grado di frammentazione elevato o molto elevato, che limita o impedisce lo svolgimento di fondamentali servizi ecosistemici da parte del suolo, e il 46,3% (circa il 20% del territorio nazionale) ospita 58 ecosistemi minacciati, la metà dei quali in pericolo o in pericolo critico;

I confronti tra l’evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all’anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



3.1.7



Goal n. 17

Il Sustainable Development Goal n. 17 prescrive di rafforzare gli strumenti di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

In particolare, prescrive di:

- rafforzare la cooperazione Nord-Sud, Sud-Sud, la cooperazione triangolare regionale e internazionale e l'accesso alle scoperte scientifiche, alla tecnologia e alle innovazioni, e migliorare la condivisione della conoscenza sulla base di modalità concordate attraverso un maggior coordinamento tra i meccanismi già esistenti in particolar modo a livello delle Nazioni Unite e attraverso un meccanismo globale di accesso alla tecnologia (17.6);
- accrescere la coerenza politica per lo sviluppo sostenibile (17.14);
- intensificare la partnership globale per lo Sviluppo Sostenibile, coadiuvata da collaborazioni plurilaterali che sviluppano e condividono la conoscenza, le competenze, le risorse tecnologiche e finanziarie, per raggiungere gli obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile in tutti i paesi, specialmente in quelli emergenti. (17.16);
- incoraggiare e promuovere partnership efficaci nel settore pubblico, tra pubblico e privato e nella società civile basandosi sull'esperienza delle partnership e sulla loro capacità di trovare risorse (17.17).

Riguardo al Goal n. 17, dal "Rapporto SDGs 2025. Informazioni statistiche per l'Agenda 2030 in Italia" dell'Istat emerge quanto segue:

- negli anni 2013-2023, l'andamento dell'aiuto pubblico allo sviluppo è stato altalenante, con un picco nel 2022 pari allo 0,33% del reddito nazionale lordo a cui è seguita una discesa allo 0,27% nel 2023;
- nel 2024 l'ammontare delle rimesse verso l'estero della popolazione straniera in Italia ha proseguito la tendenza alla crescita attestandosi a 8,29 miliardi di euro, valore superiore anche rispetto a dieci anni prima; nel 2024, in quattro regioni si sono concentrate oltre il 55% delle rimesse: Lombardia 21,9%, Lazio 15,3%, Emilia 10% e Veneto 8,4%;
- nel 2024, le entrate fiscali e parafiscali delle Amministrazioni Pubbliche hanno rappresentato il 42,6% del Pil, in crescita di 1,2 punti percentuali rispetto l'anno precedente e in diminuzione di 0,5 p.p. rispetto al 2014;
- l'ultimo decennio ha visto un ricorso crescente al commercio elettronico: persone che hanno ordinato/acquistato beni o servizi su Internet sono passate dal 15,3 % del 2014 al 41,9% del 2024.

I confronti tra l'evoluzione temporale delle misure statistiche rispetto all'anno precedente e a dieci anni prima sono riportati nella seguente figura.



MIGLIORAMENTO STABILITÀ PEGGIORAMENTO

CREAZIONE DI VALORE E BUSINESS MODEL

3.2

Olio Levante fonda il proprio sviluppo su un modello di business orientato alla creazione di valore condiviso nel breve, medio e lungo termine. Al centro, un impegno costante verso pratiche responsabili e trasparenti, che pongono al centro l'etica, la sostenibilità e il rispetto per il territorio, le persone e l'ambiente.

In quest'ottica è stato definito un modello strategico pensato per integrare in modo strutturale e progressivo gli obiettivi di sostenibilità nel cuore delle attività aziendali. Non si tratta di un approccio accessorio, ma di un processo trasversale che guida le scelte quotidiane e orienta la governance, i processi e le relazioni con gli stakeholder.

Il modello si distingue per una struttura flessibile, capace di adattarsi a diverse business unit, promuovendo l'innovazione

e traducendo la visione aziendale in attività concrete. Ogni azione è concepita per generare impatti positivi e misurabili, in grado di rispondere alle esigenze del mercato e della collettività.

Il processo di creazione di valore dialoga direttamente con la strategia aziendale e prende forma attraverso l'interazione dei sei capitali fondamentali — umano, finanziario, materiale e infrastrutturale, organizzativo, naturale, sociale e relazionale — che rappresentano le leve attraverso cui l'impresa costruisce il proprio contributo economico, ambientale e sociale.

Nella rappresentazione seguente è illustrato il sistema di creazione di valore di Olio Levante, sintesi di una visione integrata che unisce crescita economica, sostenibilità e responsabilità.

INPUT	ATTIVITÀ AZIENDALI	CREAZIONE DI VALORE
Capitale umano	COMPRESIONE E SOLUZIONE DELLE ESIGENZE DELLE PERSONE E DEL PIANETA	Sviluppo delle competenze Salute e benessere dei dipendenti
Capitale finanziario		Crescita del fatturato Consolidamento solidità patrimoniale
Capitale materiale e infrastrutturale	TRADIZIONE E TECNOLOGIA	Affinamento della tradizione Implementazione nuovi strumenti tecnologici
Capitale organizzativo	SOLUZIONI DISTINTIVE	Innovazione di prodotti e servizi
Capitale naturale	KNOW-HOW E DIFFUSIONE INFORMAZIONI	Riduzione dei consumi Contributo alla tutela degli ecosistemi
Capitale sociale e relazionale		Attività di networking Iniziative a supporto della comunità e del territorio

3. OBIETTIVI, MODELLO DI BUSINESS E ANALISI DI MATERIALITÀ

Un modello per creare valore condiviso

Il modello di business di Olio Levante si fonda sull'impiego consapevole e strategico delle principali risorse aziendali, definite capitali in input, per generare valore condiviso lungo tutta la filiera. L'obiettivo è quello di rispondere efficacemente alle sfide attuali e future, creando benefici concreti per la società e contribuendo attivamente allo sviluppo sostenibile.

Una governance solida, trasparente e orientata all'integrazione della sostenibilità nelle scelte di business, rappresenta il presupposto essenziale per una gestione efficiente e responsabile dei capitali. Questo approccio si fonda su un'analisi puntuale e costantemente aggiornata dei macro-trend di settore, in particolare legati all'ambiente, al contesto socioeconomico e all'innovazione.

L'adozione di un sistema di valutazione integrato dei rischi, che include le variabili ambientali, sociali e di governance (ESG), consente all'azienda di identificare tempestivamente eventuali minacce, mitigarne l'impatto e proteggere la continuità operativa e reputazionale dell'organizzazione.

Attraverso un ciclo virtuoso di monitoraggio delle performance, sia finanziarie che non finanziarie, Olio Levante è in grado di misurare risultati (output) nel breve e medio periodo, generando impatti positivi e duraturi (outcome) nel lungo termine, a beneficio di tutti gli stakeholder.

A guidare l'intero processo è la bussola valoriale dell'azienda: il purpose, la vision, la mission e il codice etico. Questi elementi rappresentano le fondamenta di un approccio condiviso e trasversale a tutti i brand del Gruppo, generando una cultura d'impresa basata su responsabilità, passione, innovazione e competenza.

Il modello di business di Olio Levante, così come rappresentato graficamente, riflette questa visione integrata e dinamica, capace di generare valore economico, ambientale e sociale in modo sinergico e duraturo.

Capitale umano	INPUT	OUTCOME
Capitale finanziario		
Capitale materiale e infrastrutturale	Corporate Governance	
Capitale organizzativo	Analisi di scenario	
Capitale naturale	Business Model	
Capitale sociale e relazionale	Analisi integrata dei rischi e delle opportunità Esg	
	OUTPUT	Benessere delle persone
		Reputazione e comunicazione trasparente
		Qualità del prodotto
		Lotta al cambiamento climatico
		Valore aggiunto generato e distribuito

CAPITALE UMANO	CAPITALE FINANZIARIO	CAPITALE MATERIALE E INFRASTRUTTURALE	
La comunità di Olio Levante è composta da persone che, con le proprie competenze e professionalità, contribuiscono in modo determinante alla crescita dell'azienda. La valorizzazione del capitale umano, attraverso formazione continua e attenzione al benessere, rappresenta un investimento strategico.	La gestione strategica e responsabile del <i>cash flow</i> e della posizione finanziaria netta è elemento essenziale per garantire la continuità del business e la sostenibilità delle attività nel lungo periodo.	I macchinari di Olio Levante lavorano per mantenere il processo produttivo costante ed efficace.	INPUT
L'impegno a mantenere un ambiente di lavoro inclusivo e sano per le persone, insieme allo sviluppo di percorsi di crescita professionale, favoriscono il miglioramento delle performance aziendali.	La società ha definito un piano strategico, prevedendo investimenti volti a consolidare il proprio percorso, aumentando resilienza e profittabilità e rafforzando il suo posizionamento in ottica di sviluppo sostenibile.	La società assicura l'alta qualità del proprio prodotto, grazie al rispetto di rigorosi standard che riguardano sia le procedure di lavorazione dell'olio, sia l'innovazione e la continua manutenzione dei macchinari di produzione. Un'ulteriore spinta verso l'utilizzo di asset compatibili con la transizione energetica, che rispettino i più stringenti requisiti normativi e i più alti standard di certificazione, risulta in linea con i piani di sviluppo sostenibile della società.	OUTPUT
La rete creata da Olio Levante, unita a una costante attenzione alla qualità del lavoro offerto, alla sicurezza dei dipendenti, alla loro formazione e al loro benessere in senso ampio, contribuisce ad uno sviluppo economico sempre più sostenibile.	La società produce e distribuisce valore aggiunto per i propri stakeholder.	L'elevata efficienza e la pianificazione strategica delle attività di business garantiscono un progresso tecnologico volto all'innovazione continua.	OUTCOME

CAPITALE ORGANIZZATIVO	CAPITALE NATURALE	CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE	
Grazie a know-how e innovazione nel settore dell'olio, la società è capace di offrire soluzioni concrete alle esigenze del mercato.	L'impiego di fonti energetiche rinnovabili e la ricerca costante di pratiche orientate all'economia circolare rappresentano leve centrali per promuovere un modello operativo sempre più sostenibile e resiliente nel lungo periodo.	Grazie ad un'intensa presenza presso tavoli di lavoro con associazioni chiave per il settore dell'olio e la partecipazione attiva a network di ricerca, Olio Levante arricchisce la propria visione aziendale, contribuendo a trovare soluzioni trasversali a problematiche di settore e a cogliere tempestivamente le opportunità emergenti.	INPUT
Le politiche, le procedure interne, le tecnologie e i sistemi IT implementati supportano nel tempo la crescente efficienza dei processi aziendali e lo stimolo all'innovazione continua.	La minaccia del cambiamento climatico sull'olio rappresenta un driver verso scelte di business che integrano il rispetto dell'ambiente e delle risorse naturali. L'implementazione di strategie che contemplano la riduzione delle emissioni, l'efficiamento delle risorse energetiche e lo sviluppo e l'utilizzo di materiali sostenibili innovativi si traduce per Olio Levante in scelte strategiche di mercato.	Sono costituiti da: costruzione di relazioni solide e durature; dialoghi con le istituzioni; aumento del controllo della filiera e dei suoi impatti; programmazione di progetti di sviluppo sostenibile che raggiungano sempre più beneficiari.	OUTPUT
I processi di continua innovazione, supportati dal know-how maturato dal personale, garantiscono la creazione e preservazione del valore nel tempo e la competitività della società.	I progetti basati sullo sviluppo di materiali sostenibili, l'implementazione di nuove tecniche e tecnologie volte alla riduzione dell'impronta di carbonio dei prodotti sviluppati e l'utilizzo di sistemi per l'efficiamento energetico rappresentano delle efficaci iniziative di mitigazione del cambiamento climatico.	La presenza costante ai tavoli di lavoro nel settore dell'olio garantisce la comunicazione attiva tra i principali attori del settore. I progetti di sviluppo sostenibile promossi investono sul rafforzamento e l'espansione del network già esistente.	OUTCOME

STAKEHOLDER

3.3

Olio Levante fonda il proprio approccio alla sostenibilità sul principio di inclusività, riconoscendo a tutti gli stakeholder il diritto di essere ascoltati e adeguatamente coinvolti nei processi decisionali. Credere nella partecipazione attiva degli interlocutori significa accettare la responsabilità di rendicontare in modo trasparente le scelte aziendali, i risultati raggiunti e gli impatti generati.

Il dialogo continuo con gli stakeholder rappresenta una leva fondamentale per identificare i temi rilevanti dal loro punto di vista e per integrare queste istanze nelle strategie e nelle attività aziendali. Ascolto,

comprensione e risposta sono i pilastri di un processo di coinvolgimento che si basa sulla fiducia reciproca e sulla condivisione di valori comuni.

Costruire relazioni solide, orientate alla creazione di valore condiviso e duraturo, è parte integrante di una gestione responsabile del business, e contribuisce in modo diretto allo sviluppo sostenibile dell'impresa e del contesto in cui opera.

Di seguito è rappresentata la mappa degli stakeholder con cui Olio Levante intrattiene un dialogo costante e strutturato.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

AMBITO OPERATIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori • Business partner • Clienti
AMBITO ECONOMICO E FINANZIARIO	<ul style="list-style-type: none"> • Azionisti • Finanziatori
AMBITO SOCIALE E AMBIENTALE	<ul style="list-style-type: none"> • Collettività • Comunità locali • Istituzioni • Associazioni e società civile • Università ed Enti di Ricerca • Media e opinion maker

3.4

IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ

Nel contesto attuale, le imprese sono chiamate a svolgere un ruolo attivo nell'identificazione e gestione degli **Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)** connessi alle proprie attività. Ciò implica un'analisi strutturata e trasparente degli effetti, reali e potenziali, che i fattori ambientali, sociali e di governance possono avere sull'organizzazione, e viceversa. Questo approccio risponde al principio della **doppia materialità**, secondo cui è fondamentale valutare non solo l'impatto dell'azienda sul contesto esterno, ma anche le conseguenze che le tematiche di sostenibilità possono generare sulla performance e sulla continuità del business. In tale quadro, è essenziale che le metodologie adottate per la selezione e la valutazione degli IRO siano chiare, condivise e coerenti con la normativa vigente in materia di rendicontazione di sostenibilità. Olio Levante applica questo principio

attraverso un sistema di soglie predeterminate che consente di individuare con precisione le tematiche rilevanti, sia a livello gestionale sia per la rendicontazione. L'analisi condotta prende in esame ogni ambito da due punti di vista complementari: quello della sostenibilità, in termini di impatto su ambiente e società, e quello finanziario, in relazione ai possibili effetti sull'azienda. Questa valutazione è svolta integrando le prospettive degli stakeholder e degli organi aziendali, e si allinea ai criteri definiti dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**. Il risultato è l'individuazione di **nove temi materiali**, considerati prioritari per garantire uno sviluppo sostenibile e resiliente dell'organizzazione.

Nella tabella seguente è riportato l'elenco completo dei temi emersi dall'analisi.



TEMA MATERIALE	SDGs	ESRS
Economia circolare e utilizzo responsabile delle risorse	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 12 CONSUMI E PRODUZIONE RESPONSABILI	ESRS E1
Lotta al cambiamento climatico	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	ESRS E1
Gestione responsabile della catena di fornitura	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 12 CONSUMI E PRODUZIONE RESPONSABILI	ESRS E5
Sicurezza e diritti dei dipendenti	3 SALUTE E BENESSERE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	ESRS S1 ESRS S2
Diversità e pari opportunità	5 PARITÀ DI GENERE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	ESRS S1 ESRS S2
Valorizzazione delle comunità sociali	15 VITA SULLA TERRA 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	ESRS S4
Sicurezza alimentare	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	ESRS S4
Stili di vita sani e made in Italy	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	ESRS S4
Qualità ed eccellenza di prodotto	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	ESRS G1

Dall'analisi sono emersi **nove temi materiali**, ossia ambiti che risultano contemporaneamente prioritari per **Olio Levante** e per i suoi stakeholder. Tali tematiche rappresentano i principali driver della strategia di sostenibilità aziendale, in quanto capaci di generare impatti significativi, sia sotto il profilo sociale e ambientale che economico.

Nel dettaglio:

- **3** temi sono riconducibili alla **responsabilità ambientale**;
- **5** alla **responsabilità sociale**;
- **1** alla **responsabilità di governance**.

Questa classificazione riflette l'impegno dell'azienda nel costruire un percorso di crescita solido e bilanciato, capace di coniugare competitività, innovazione e responsabilità nei confronti delle persone, del territorio e delle generazioni future.

3.5

DOPPIA MATERIALITÀ

L'approccio della doppia materialità



Nel quadro delle nuove direttive europee in materia di rendicontazione non finanziaria, **Olio Levante** adotta un approccio strategico alla sostenibilità basato sul concetto di **doppia materialità**, pilastro centrale introdotto dalla **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**. Questo approccio consente di leggere la sostenibilità in modo integrato, valutando contemporaneamente sia gli impatti generati dall'azienda sull'ambiente e sulla società, sia gli effetti che i fattori esterni, ambientali, sociali e di governance (ESG), possono esercitare sull'attività d'impresa stessa.

In questo contesto, la doppia materialità si articola su due dimensioni distinte ma interconnesse:

- **materialità d'impatto**, che analizza le ripercussioni che le attività aziendali

generano sull'ambiente e sulla società, considerando aspetti cruciali come le emissioni di CO₂, l'uso delle risorse naturali e le implicazioni sociali delle proprie operazioni;

- **materialità finanziaria**, che esamina il modo in cui i fattori ambientali, sociali e di governance - ESG incidono sulle performance economiche, sulla stabilità finanziaria e sulla competitività dell'impresa.

Grazie a questo duplice sguardo, Olio Levante è in grado di costruire strategie robuste, capaci di allineare gli obiettivi di crescita aziendale alle aspettative degli stakeholder e ai requisiti normativi emergenti, promuovendo una **gestione responsabile, resiliente e trasparente**.

Un processo strutturato e partecipativo

Per garantire rigore metodologico e inclusività, l'azienda ha adottato un processo articolato di valutazione della materialità che ha integrato analisi qualitative e quantitative, coinvolgendo attivamente i principali stakeholder interni ed esterni.

Olio Levante attribuisce, infatti, grande rilevanza al principio di inclusività degli stakeholder, riconoscendo il loro diritto a essere ascoltati e impegnandosi attivamente nella rendicontazione delle proprie attività e scelte strategiche. L'assunzione di questa responsabilità implica un coinvolgimento strutturato degli stakeholder, finalizzato a identificare e comprendere le tematiche di maggiore rilevanza dal loro punto di vista, garantendo al contempo una comunicazione trasparente e adeguata sulle decisioni aziendali e sulle relative implicazioni. Il percorso si è sviluppato, così, lungo tre fasi principali:

1. ANALISI DEL CONTESTO INTERNO ED ESTERNO

Nella fase iniziale, l'azienda ha esaminato il contesto esterno attraverso l'analisi di tendenze globali, studi di settore e ricerche provenienti da fonti istituzionali autorevoli. Questo passaggio ha permesso di comprendere il quadro complessivo in cui l'azienda opera, individuando i principali fattori di impatto ambientale, sociale ed economico. Parallelamente, per analizzare il contesto interno, sono stati organizzati incontri con i principali stakeholder aziendali. Durante questa sessione, dipendenti, collaboratori e membri del management hanno discusso e identificato le tematiche di maggiore rilevanza per l'organizzazione, contribuendo a delineare una visione condivisa delle priorità di sostenibilità;

2. IDENTIFICAZIONE E VALUTAZIONE DELLE CATEGORIE DI IMPATTO

Sulla base dei risultati emersi da questa analisi preliminare, Olio Levante ha identificato le principali categorie di impatto generate dalle proprie attività. Per comprendere l'importanza relativa di ciascuna di esse, l'azienda ha condotto varie indagini. Successivamente, integrando con altri feedback provenienti dagli stakeholder, Olio Levante ha effettuato una valutazione approfondita della materialità di ciascuna categoria di impatto. Questo processo ha consentito di strutturare un quadro chiaro delle priorità aziendali in termini di sostenibilità, garantendo un approccio orientato alla gestione responsabile delle proprie attività;

3. ANALISI DELLA MATERIALITÀ FINANZIARIA

Per quanto riguarda la materialità finanziaria, che adotta un approccio outside-in, l'azienda ha seguito una metodologia differente, data la complessità nel definire con precisione gli impatti economici derivanti dai fattori ambientali, sociali e di governance - ESG. La selezione dei temi con il maggiore impatto sugli aspetti finanziari della società è stata effettuata coinvolgendo l'Amministratore Unico e la Responsabile della Sostenibilità. Questo processo ha permesso di valutare in maniera approfondita sia gli impatti concreti già in atto sia quelli potenziali, considerando diversi scenari di rischio e opportunità per l'azienda.

Una visione integrata per guidare il cambiamento

L'integrazione delle due prospettive di materialità ha consentito a Olio Levante di definire un perimetro chiaro di **temi materiali**, ossia quelle tematiche che risultano contemporaneamente rilevanti per l'impresa e per i suoi stakeholder. In particolare, dall'analisi sono emersi **nove temi materiali**, così suddivisi:

- **3** afferenti alla **responsabilità ambientale**;
- **5** alla **responsabilità sociale**;
- **1** alla **responsabilità di governance**.

Questa classificazione rappresenta il punto di partenza per costruire un **modello di sviluppo sostenibile**, orientato alla creazione di valore condiviso, in grado di rispondere alle sfide globali e di generare impatti positivi duraturi per il territorio, le persone e l'ambiente.

TEMA MATERIALE	MATERIALITÀ DI IMPATTO GESTIONE DELL'IMPATTO	MATERIALITÀ FINANZIARIA GESTIONE DELL'IMPATTO	ESRS
Economia circolare e utilizzo responsabile delle risorse	Promuovere economia circolare basata su riduzione, riuso e innovazione. Agire sugli impatti dei cambiamenti climatici mediante l'incremento della quota di energie rinnovabili utilizzate.	Costi in conto capitale: <ul style="list-style-type: none"> • installazione di pannelli fotovoltaici Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • ricerca e sviluppo • interventi di manutenzione su impianti fotovoltaici • interventi di efficientamento energetico • formazione del personale 	ESRS E1
Lotta al cambiamento climatico	Anticipare gli effetti avversi dei cambiamenti climatici e adottare opportune misure volte a prevenire gli impatti e l'emissione di gas a effetto serra.	Costi in conto capitale: <ul style="list-style-type: none"> • installazione di pannelli fotovoltaici Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • interventi per la gestione dei rifiuti • intervento di efficientamento energetico • formazione del personale 	ESRS E1
Gestione responsabile della catena di fornitura	Interventi sui processi produttivi attraverso misure di rinnovamento e uso ottimale a lungo termine.	Costi in conto capitale: <ul style="list-style-type: none"> • filiera dell'olio di alta qualità • convenzione per vendere sottoprodotti Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • audit dei fornitori 	ESRS E5

TEMA MATERIALE	MATERIALITÀ DI IMPATTO GESTIONE DELL'IMPATTO	MATERIALITÀ FINANZIARIA GESTIONE DELL'IMPATTO	ESRS
Sicurezza e diritti dei dipendenti	Adozione di una policy sulla salute e sicurezza sul lavoro con l'obiettivo di prevenire malattie professionali e infortuni sul lavoro. Partecipazione attiva della forza lavoro alla formazione e gestione di salute e sicurezza.	Costi in conto capitale: <ul style="list-style-type: none"> • ergonomia del posto di lavoro Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • formazione del personale 	ESRS S1 ESRS S2
Diversità e pari opportunità	Promuovere all'interno ed all'esterno dell'azienda i principi di non discriminazione, diversità ed inclusione.	Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • formazione del personale 	ESRS S1 ESRS S2
Valorizzazione delle comunità sociali	Promuovere la cultura dell'olio come alimento.	Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • report di sostenibilità • educazione alimentare 	ESRS S4
Sicurezza alimentare	Approccio al miglioramento continuo ed alla massima trasparenza verso gli stakeholder. Comunicazione oggettiva e trasparente sulle attività e sulla gestione degli impatti significativi.	Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • report di sostenibilità • educazione alimentare 	ESRS S4
Stili di vita sani e made in Italy	Comunicazione oggettiva e trasparente sulle best practice.	Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • report di sostenibilità • educazione alimentare 	ESRS S4
Qualità ed eccellenza di prodotto	Ricerca e sviluppo di soluzioni innovative e in linea con la tendenza del mercato. Capacità di garantire prodotti e servizi di qualità.	Costi operativi: <ul style="list-style-type: none"> • ricerca e sviluppo 	ESRS G1



4. CONTESTO OPERATIVO E DI MERCATO

4 CONTESTO OPERATIVO E DI MERCATO

4.1 Il mercato mondiale dell'olio d'oliva

La domanda di olio extravergine di oliva italiano si conferma “relativamente inelastica”, una caratteristica tipica dei beni percepiti come essenziali e privi di sostituti adeguati. Questo significa che, anche in presenza di variazioni di prezzo, i consumatori tendono a non modificare le proprie abitudini d’acquisto nel medio-lungo periodo, attribuendo all’olio EVO un ruolo imprescindibile all’interno del regime alimentare quotidiano.

TENDENZE DI CONSUMO E CRISI DEL SETTORE ALIMENTARE:

Secondo i dati ISTAT riportati da Federalimentare nella nota “Statistiche di Produzione – Luglio 2025”, il comparto alimentare sta attraversando una fase critica. A luglio 2025, le vendite al dettaglio si sono mantenute invariate in valore rispetto al mese precedente, mentre hanno registrato una leggera flessione in volume (-0,2%).

Il focus sui beni alimentari rivela un quadro ancora più preoccupante: le vendite sono diminuite sia in valore (-0,4%) che in volume (-0,9%), a differenza dei beni non alimentari che hanno mostrato una crescita in entrambi i parametri (+0,3%).

Nel dettaglio:

- le vendite dei beni alimentari segnano una contrazione sia in valore (-0,4%) sia in volume (-0,9%);
- i beni non alimentari, invece, risultano in crescita: +0,3% sia in valore che in volume.

Questo squilibrio riflette una crisi significativa e strutturale nel settore alimentare, soprattutto se si considera il trend annuale. A luglio 2025 le vendite alimentari in valore registrano un

incremento del +2,9% (dopo il +2,8% di giugno), ma i volumi si contraggono del -0,8%, in netto peggioramento rispetto al -0,3% del mese precedente. Il differenziale valore/volume si allarga così a 3,7 punti percentuali, superando di due punti l’inflazione del mese (+1,7%).

Il confronto tra alimentare e non alimentare risulta ancora più netto: le vendite alimentari in volume scendono dello -0,8%; quelle non alimentari crescono del +0,5%. Anche il confronto progressivo sui primi sette mesi 2025/24 delle vendite alimentari consolida un calo in volume del -0,8%, che si aggiunge ai 9,1 punti persi nel triennio precedente, per un taglio quadriennale totale in volume, al momento, di 9,9 punti. Sullo stesso arco di tempo, il perimetro non alimentare mostra una perdita in volume di 2,4 punti: un quarto dell’alimentare. Al di là di ogni ondivago aggiornamento contingente, non serve altro per sottolineare la crisi profonda, anomala e strutturale insieme, del mercato alimentare.

Un segnale positivo proviene dalla produzione industriale. Si riporta, di seguito, una breve nota di Federalimentare “Statistiche di Produzione Luglio 2025” relativa alle variazioni degli ultimi indici mensili della produzione alimentare diffusi

dall’Istat.

Nel mese di luglio la produzione dell’industria alimentare registra, a parità di giornate di calendario, un aumento tendenziale significativo, pari al +5,7%, dopo il -1,7% accusato a giugno. La crescita del mese riporta il trend sui sette mesi sul +1,6%, dopo il +0,9% del semestre, il picco annuale del +1,9% raggiunto nel quadrimestre, e infine dopo il +1,8% del consuntivo 2024.

Il totale industria registra a luglio un aumento tendenziale del +0,9%, speculare al -0,9% di giugno. Il tendenziale sui sette mesi del grande aggregato segna così un -0,8%, dopo il -1,1% del semestre e dopo il pesante -3,5% accusato a consuntivo 2024.

SCENARIO INTERNAZIONALE DELLA PRODUZIONE DI OLIO DI OLIVA

Analizzando la produzione di olio di oliva registrata nel 2023-24 la Spagna, nonostante il secondo anno consecutivo

di “scarica”, rimane saldamente il leader globale, con un’incidenza del 31,8% che si confronta con il 25,9% del 2022-23 e il 39,4% della media storica di 34 anni dal 1990-91.

L’Italia torna in seconda posizione con il 12% dei quantitativi complessivi, dopo essere scivolata al quarto posto nel 2022-23 (9,4%), mentre la Grecia, con una quota dell’8,1%, perde due posizioni.

In ambito europeo, il Portogallo ha conseguito un’espansione produttiva che lo ha condotto nel 2023-24 a un’incidenza del 6,2%, a fronte del 2,5% medio dal 1990-91.

Tra i Paesi che più mettono in discussione il dominio UE nella produzione di olio d’oliva si trovano, oltre a Tunisia (6,8% la media dal 1990-91) e Siria (4,5%), si ricordano: la Turchia, giunta nel 2022-23 per la prima volta in seconda posizione in virtù di una quota record del 14,8% (5,6% la media dal 1990-91) e poi scesa all’8,7% nel 2023-24, il Marocco (4,5% nel 2023-24) e l’Algeria (3,9%) (Tab. 1).

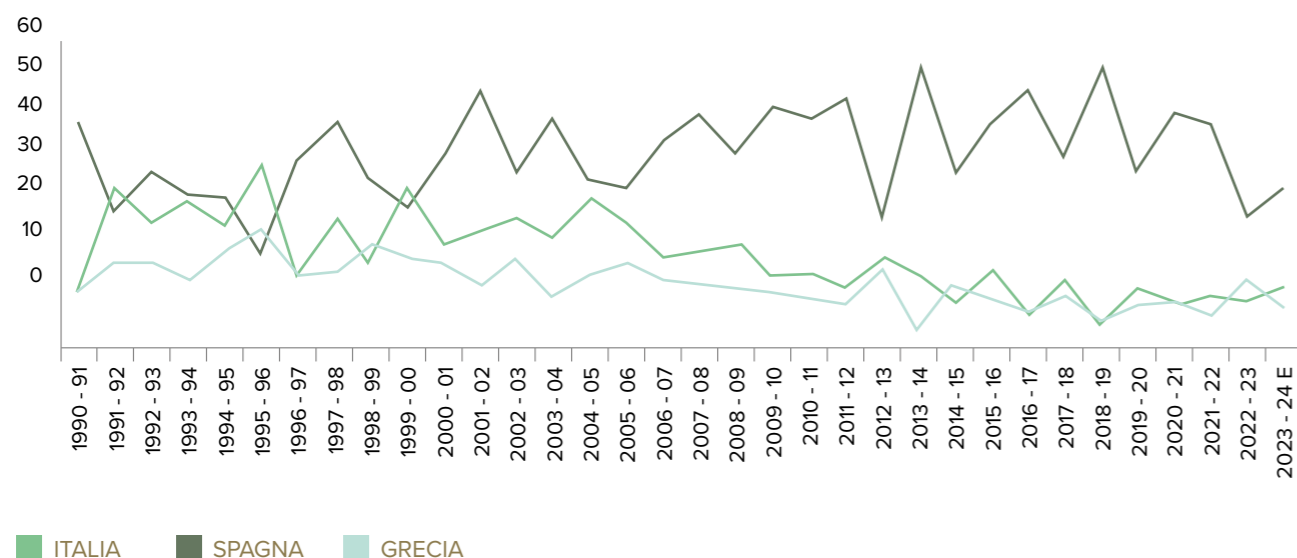
TABELLA 1 - MAGGIORI PRODUTTORI MONDIALI DI OLIO D’OLIVA

Rank 2023-24	Rank 2022-23	Paese	2023-24 E (t/000)	in %	2022-23 (t/000)	in %	Var. % 23-24E/ 22-23	Media 90-91/ 23-24E (t./000)	in %
1	1	Spagna	766	31,8	666	25,9	+ 15,0	1.043	39,4
2	4	Italia	289	12,0	241	9,4	+19,9	461	17,4
3	2	Turchia	210	8,7	380	14,8	+44,7	148	5,6
4	5	Tunisia	200	8,3	180	7,0	+11,1	179	6,8
5	3	Grecia	195	8,1	345	13,4	+43,5	323	12,2
6	6	Portogallo	150	6,2	126	4,9	+19,0	67	2,5
7	8	Marocco	108	4,5	107	4,2	+0,9	93	3,5
8	7	Siria	95	3,9	125	4,9	-24,0	120	4,5
9	9	Algeria	93	3,9	76	3,0	+22,4	51	1,9
10	10	Egitto	40	1,7	40	1,6	-	27	1,0
-	-	Mondo	2.407	100,0	2.570	100,0	-6,3	2.650	100,0
-	-	di cui UE	1.413	58,7	1.392	54,2	+1,5	1.901	71,7

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati IOC - International Olive Council.

Il Grafico 1 mostra l'andamento delle quote mondiali dei tre principali produttori mondiali di olio d'oliva tra il 1990-91 e il 2023-24. La Spagna, pur nell'alternanza delle fasi di "carica" e "scarica", presenta valori sostanzialmente stabili. L'Italia e la Grecia seguono invece un andamento discendente. In particolare, l'Italia è passata da picchi del 35,7% nel 1995-96 e del 31% nel 1999-00 al minimo del 5,3% del 2018-19, scendendo per 6 volte sotto la soglia del 10%.

GRAFICO 1 – QUOTE DI PRODUZIONE GLOBALI DELL'OLIO D'OLIVA: SPAGNA, ITALIA E GRECIA (IN %)



Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati IOC – International Olive Council.

Nell'annata 2023-24 il consumo mondiale di olio d'oliva è valutabile in 2.699mila tonnellate, in calo del 4,8% sul 2022-23. L'Italia, con 415mila tonnellate (15,4% del totale), è il primo consumatore mondiale di olio d'oliva. Seguono gli Stati Uniti (368mila tonnellate, 13,6% del totale) e la Spagna (350mila tonnellate, 13%) (Tab. 2).

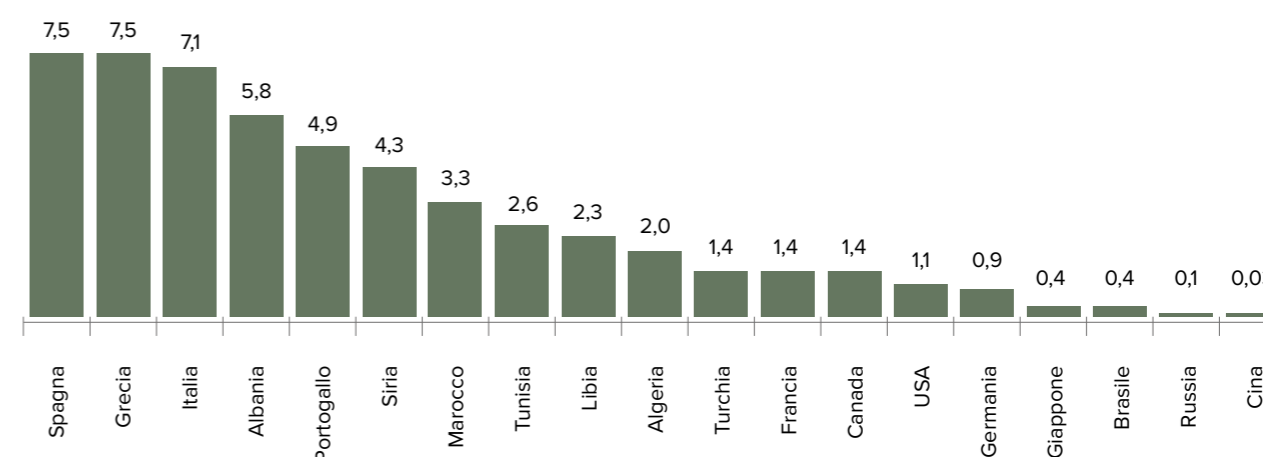
TABELLA 2 – MAGGIORI CONSUMATORI MONDIALI DI OLIO D'OLIVA

Rank 2023-24	Rank 2022-23	Paese	2023-24 E (t/000)	in %	2022-23 (t/000)	in %	Var. % 23-24E/22-23
1	1	Italia	415	15,4	479	16,9	-13,3
2	2	USA	368	13,6	367	12,9	+0,3
3	3	Spagna	350	13,0	360	12,7	-2,7
4	4	Turchia	121	4,5	179	6,3	-32,4
5	5	Marocco	120	4,4	130	4,6	-7,7
6	6	Francia	95	3,5	104	3,7	-8,9
7	10	Algeria	92	3,4	75	2,6	+22,0
8	8	Brasile	85	3,1	91	3,2	-6,6
9	7	Grecia	80	3,0	98	3,4	-18,0
10	9	Siria	75	2,8	80	2,8	-6,3
-	-	Mondo	2.699	100,0	2.834	100,0	-4,8
-	-	di cui UE	1.170	43,3	1.232	43,5	-5,0

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati IOC – International Olive Council.

I consumi pro capite riferiti al 2023-24 restituiscono una graduatoria differente, che in ogni caso premia i principali produttori: a prevalere sono Spagna e Grecia, con 7,5 kg a persona, con gli italiani a breve distanza (consumano 7,1 kg a testa). Seguono l'Albania (5,8 kg pro capite), Portogallo e Siria (4,9 e 4,3 kg); i Paesi del Maghreb mediterraneo si collocano su valori inferiori (Marocco 3,3 kg, Tunisia 2,6 kg, Libia 2,3 kg, Algeria 2 kg), con la Turchia ad appena 1,4 kg. Le nazioni non produttrici presentano livelli di consumo talmente contenuti da lasciar pensare a mercati con ragguardevole potenziale di crescita: Francia e Canada 1,4 kg, USA 1,1 kg, Germania 0,9 kg, Giappone e Brasile 0,4 kg, Russia, 0,1 kg e Cina 0,03 kg (Graf. 4).

GRAFICO 4 – CONSUMI PRO-CAPITE DI OLIO D'OLIVA (2023-24E, KG)



Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati IOC – International Olive Council.

4.2

IL MERCATO ITALIANO DELL'OLIO D'OLIVA

La campagna olearia 2024–2025 ha registrato per l'Italia uno dei risultati produttivi più bassi degli ultimi decenni: la produzione nazionale non ha infatti superato le 244.000 tonnellate, segnando un crollo rispetto ai volumi del triennio 2010–2012, quando si superavano stabilmente le 500.000 tonnellate. Nel confronto con il solo anno precedente, la flessione risulta ancora più marcata: nel 2024 è andato perso circa un terzo della produzione, con una contrazione pari al -32%, per un totale non superiore a 224.000 tonnellate.

Un tempo leader incontrastato nella

produzione mondiale di olio d'oliva, e per anni seconda solo alla Spagna, l'Italia oggi scivola al quinto posto nella classifica globale dei produttori. Ad averla superata non è solo la Spagna, ancora saldamente in testa con quasi 1,3 milioni di tonnellate, ma anche la Turchia (450mila), la Tunisia (340mila) e la Grecia (250mila). Mentre gli altri principali produttori internazionali stanno espandendo la propria capacità produttiva, approfittando anche di mercati in crescita, l'Italia rappresenta l'unica eccezione con un trend negativo:



Il calo produttivo italiano è attribuibile principalmente a condizioni climatiche avverse, come la persistente siccità, e alla presenza di un'annata di "scarica", ossia una fase fisiologica di minore resa produttiva per gli ulivi.

UN SETTORE SOTTO PRESSIONE: CRITICITÀ E RESILIENZA

Nel corso del 2024, il settore olivicolo-oleario italiano ha dovuto affrontare una serie di criticità, sia sul fronte produttivo sia su quello commerciale. La scarsità di materia prima e i timori legati all'eventuale introduzione di dazi da parte degli Stati Uniti hanno influenzato negativamente le quotazioni di mercato, con particolare

intensità in Italia. In questo contesto, il blending – ossia l'arte di combinare oli provenienti da diverse cultivar per ottenere un profilo sensoriale armonico e coerente con le aspettative del consumatore – ha rappresentato uno strumento strategico, capace di garantire continuità qualitativa

e risposta alla domanda. L'Italia, in questo ambito, si conferma leader mondiale nella "produzione di conoscenza" legata all'olio extra vergine d'oliva.

Nonostante le difficoltà, il consumo di olio extra vergine nel canale retail è rimasto sostanzialmente stabile, a conferma del legame profondo tra il prodotto e il consumatore italiano, che continua a considerarlo un alimento fondamentale nella dieta quotidiana.

Un ruolo chiave è stato svolto anche dal sistema di tracciabilità e monitoraggio nazionale, gestito attraverso la piattaforma SIAN, che consente di vigilare su tutti i flussi in entrata e in uscita dal Paese. Come dimostra anche l'ultimo report dell'Icqr, l'Istituto Centrale della Tutela della Qualità e della Repressione Frodi dei Prodotti Agroalimentari (Ministero dell'Agricoltura), il comparto dell'olio d'oliva è tra i più controllati in Italia e, per numero di verifiche, si colloca al terzo posto, dopo il vino e le produzioni Dop/IGP, mantenendosi in linea con gli anni precedenti.

URGENZA DI RINNOVAMENTO E SCARSITÀ STRUTTURALE

La campagna olearia 2024 ha messo in luce, ancora una volta, l'urgenza di modernizzare l'intero sistema produttivo nazionale, oggi non più in grado di soddisfare il fabbisogno dell'industria olearia, stimato attorno a 1 milione di tonnellate, tra domanda interna ed export.

Negli ultimi anni, la capacità produttiva del settore è stata messa a dura prova da eventi climatici estremi, dalla diffusione di nuovi insetti infestanti, dalla scomparsa di fitofarmaci collaudati, e dal forte aumento dei costi delle materie prime. Oltre a un generale calo della produzione di olive, il 2024 ha visto anche un drastico abbassamento delle rese in olio, tra le più basse mai registrate nel Paese.

Secondo analisi dell'Ismea, un ulteriore

elemento di criticità è rappresentato dalla scarsa valorizzazione del prodotto, soprattutto nella grande distribuzione organizzata, dove sono ancora presenti bottiglie vendute a prezzi inferiori rispetto ai costi di produzione.

IL SISTEMA PRODUTTIVO: NUMERI E STRUTTURA

La produzione italiana di olio coinvolge attualmente:

- oltre 4.300 frantoi attivi,
- 1.136.000 ettari coltivati a olivo,
- circa 619.000 imprese, con una dimensione media aziendale di 1,8 ettari.

Rispetto al 2010, il numero di frantoi si è ridotto di oltre il 30%, con un calo marcato nel Centro-Sud e in Liguria. Al contrario, nelle regioni del Nord si registra un andamento opposto, con aumenti a doppia cifra, fatta eccezione per il Veneto (-4%).

Le superfici coltivate ad olivo sono rimaste pressoché stabili, in virtù del divieto di "abbattimento degli alberi di olivo oltre il numero di cinque ogni biennio" (D.L. Luogotenenziale n. 475 del 27 luglio 1945).

Sulla base di recenti stime riferite alle annate dal 2019-20 al 2022-23, la disponibilità complessiva di oro verde, proveniente dall'estero per il 64%, viene destinata al consumo interno per oltre metà (54,1%) e rinviata oltreconfine per il 39,2%; una porzione limitata (6,7%) è utilizzata per scopi industriali (produzione di saponi o biocarburanti).

La Gdo canalizza i due terzi dei consumi domestici di olio d'oliva, mentre una frazione significativa (26%) proviene dall'acquisto diretto presso frantoi e imprese olearie o da autoconsumo; rimane marginale la quota in capo al dettaglio tradizionale (3%).

DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLA PRODUZIONE ITALIANA DI OLIO D'OLIVA

Nel corso della campagna olearia 2023-2024, la Puglia si è confermata la principale regione produttrice di olio d'oliva in Italia, con una quota pari al 59,3% della produzione nazionale. A seguire si collocano la Sicilia, che ha contribuito per il 12,1%, e la Calabria, con il 10,6%. Queste tre regioni si distaccano in modo significativo dalle successive, rappresentate da Toscana (3,3%), Abruzzo (2,9%), Lazio e Campania (entrambe con il 2,5%).

Questi dati sottolineano come la produzione sia fortemente concentrata nelle regioni del Mezzogiorno, con un peso percentuale che conferma il ruolo strategico del Sud Italia nella filiera olivicolo-olearia.

Le rese produttive nazionali hanno mostrato forti oscillazioni nel periodo 2015-2016 / 2023-2024. In particolare:

- la produzione massima registrata è risultata quasi tripla rispetto alla minima, segno di una notevole instabilità produttiva;
- in Calabria, tale divario ha raggiunto un rapporto di 6,3 volte tra il valore più alto e quello più basso.

Per questa ragione, risulta opportuno valutare le performance regionali su un orizzonte temporale di lungo periodo, che consenta di mitigare l'effetto delle annate anomale. I pesi percentuali del 2023-24 vengono sostanzialmente confermati, con una quota che per la Puglia si riduce al 51,3% (media dal 2015-16 al 2023-24) mentre la Calabria col 12,4% sopravanza la Sicilia (11%). Anche le quattro posizioni successive (nell'ordine Toscana, Lazio, Campania e Abruzzo) presentano qualche movimento, con l'Abruzzo che passa all'ultimo posto di questo gruppo. Le prime tre regioni totalizzano così il 75% circa della produzione nazionale e con le prime sette si supera il 90% (Tab. 7).

TABELLA 7 - PRODUZIONE DI OLIO D'OLIVA NELLE PRINCIPALI REGIONI ITALIANE (VOLUME)

Rank 2023	Rank media 15-16/23-24	Regione	2023-24 (t./000)	in %	Media 2015-16/2023-24 (t./000)	in %	Min 2015-16/2023-24 (t./000)	Massimo 2015-16/2023-24 (t./000)
1	1	Puglia	165,2	59,3	148,7	51,3	66,2	248,3
2	3	Sicilia	33,6	12,1	32,0	11,0	11,9	51,5
3	2	Calabria	29,5	10,6	35,9	12,4	9,7	60,7
4	4	Toscana	9,3	3,3	14,4	5,0	9,1	19,2
5	7	Abruzzo	8,1	2,9	8,5	2,9	3,0	14,4
6	5	Lazio	6,9	2,5	12,8	4,4	6,9	21,3
7	6	Campania	6,9	2,5	11,3	3,9	3,8	19,2
8	10	Basilicata	4,9	1,8	4,3	1,5	1,1	8,0
9	8	Sardegna	4,4	1,6	4,7	1,6	2,3	8,2
10	13	Molise	2,7	1,0	2,6	0,9	1,4	3,8
-	-	Italia	278,7	100,0	289,7	100,0	160,7	470,0

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati Agea.

FOCUS SULLA PUGLIA: LEADERSHIP PRODUTTIVA E DINAMICHE TERRITORIALI

Un'analisi più approfondita della filiera olivicola pugliese evidenzia il ruolo dominante assunto dalle province di Bari e Barletta-Andria-Trani (BAT). Nel corso

della campagna 2023-2024, queste due province hanno contribuito da sole al 45,7% della produzione nazionale di olio d'oliva, un dato che rappresenta un incremento di quasi dieci punti percentuali rispetto alla media degli ultimi nove anni (2015-2016 / 2023-2024). (Tab. 8).

TABELLA 8 – PRODUZIONE DI OLIO D'OLIVA IN PUGLIA: QUOTE A VOLUME PER PROVINCIA (IN % DEL TOTALE NAZIONALE)

	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	Media 15-16 / 23-24	Var. (p.p.) 15-16 / 23-24
Bari	16,8	20,7	16,0	10,6	22,1	13,5	21,0	13,2	25,9	18,1	+9,1
BAT	10,2	18,4	12,8	5,7	18,9	9,0	17,6	13,0	19,8	14,0	+9,6
Foggia	4,5	5,8	5,5	6,4	6,1	5,5	5,8	6,3	6,0	5,6	+1,5
Brindisi	10,5	6,8	7,7	12,2	7,6	9,9	6,4	5,7	5,2	8,0	-5,5
Lecce	8,2	5,2	4,8	3,3	1,2	1,2	1,0	1,0	0,8	3,3	-7,4
Taranto	2,6	1,5	2,2	3,0	2,6	3,1	2,0	1,4	1,6	2,3	-1,0
Puglia	52,8	58,4	49,0	41,2	58,5	42,2	53,8	40,6	59,3	51,3	+6,5

Elaborazioni Area Studi Mediobanca.

Questo risultato è particolarmente significativo se si considera l'impatto devastante della Xylella fastidiosa sul patrimonio olivicolo delle province meridionali della regione, in particolare nel Salento, ossia nei territori di Lecce, Brindisi e Taranto. Nonostante tali criticità, la Puglia ha saputo mantenere la propria posizione di leadership a livello nazionale, grazie alla forte performance produttiva delle aree settentrionali, in particolare Bari e BAT, che negli ultimi nove anni hanno occupato le prime due posizioni per volume produttivo in ben sei occasioni.

DISTRIBUZIONE DEI FRANTOI E PRODUTTIVITÀ REGIONALE

Quasi la metà dei frantoi nazionali è concentrata in Puglia (17,2%), Calabria (16,6%) e Sicilia (14,2%). La Puglia primeggia anche in termini di produzione unitaria con 147,5 tonnellate per frantoio prodotte nel 2023-24. Seguono la Sicilia (43,7 tonnellate, in linea con la media

nazionale di 43,6 tonnellate) e la Basilicata (31,3 tonnellate). La media nazionale, esclusa la Puglia, scende a 21,5 tonnellate: il dato non sorprende alla luce delle 25,8 tonnellate della Calabria (terza regione per produzione) e dei valori contenuti di altre regioni rilevanti per quantità prodotte (Toscana 14,9 tonnellate, Lazio 15,4 e Campania 14,2 t). (Tab. 9).

TABELLA 9 - PRODUZIONE DI OLIO D'OLIVA PER FRANTOIO E RESA OLIVE MOLITE (PRINCIPALI REGIONI ITALIANE).

Rank 2023	Rank media 15-16/23-24	Regione	2023-24 (t.per frantoio)	Media 2015-16/2023-24 (t.per frantoio)	Resa 2023-24 (olio/olive,%)	Resa media 2015-16/2023-24 (olio/olive,%)
1	1	Puglia	147,5	132,8	15,3	15,1
2	2	Sicilia	43,7	41,6	15,6	15,1
3	6	Basilicata	31,3	27,7	14,1	14,4
4	4	Sardegna	27,4	29,8	14,0	14,3
5	3	Calabria	25,8	31,5	15,8	16,1
6	9	Molise	21,5	21,2	13,2	13,2
7	10	Abruzzo	18,7	19,7	13,5	13,7
8	5	Lazio	15,4	28,4	13,3	13,2
9	8	Toscana	14,9	23,2	13,1	13,7
10	7	Campania	14,2	23,4	12,7	13,5
11	11	Umbria	9,2	15,9	14,0	14,2
12	12	Liguria	6,8	14,2	17,2	18,1
13	13	Marche	6,1	13,6	12,5	12,5
-	-	Italia	43,6	45,3	15,0	14,8

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati Agea.

FRANTOI ITALIANI VS. SPAGNOLI: UN CONFRONTO STRUTTURALE E PRODUTTIVO

Sebbene i frantoi pugliesi si distinguano per dimensioni importanti nel panorama nazionale, la loro rilevanza si ridimensiona notevolmente quando messi a confronto con quelli spagnoli. In Spagna, sono attivi circa 1.850 frantoi, ciascuno dei quali

produce mediamente circa 460 tonnellate di olio l'anno. Questo dato cresce ulteriormente se si considera la media degli ultimi nove anni, raggiungendo le 750 tonnellate per impianto. In altre parole, un frantoio spagnolo produce in media circa 17 volte l'olio di uno italiano, e tra le 5 e le 6 volte quello di un frantoio pugliese. In Italia, la realtà è ben diversa. Oltre la

metà degli impianti di molitura (58%) ha una capacità produttiva inferiore alle 200 tonnellate l'anno, ma questi stessi impianti concorrono appena al 10% delle olive lavorate a livello nazionale. Si evidenzia, inoltre, una certa obsolescenza tecnologica: solo il 10% degli impianti è stato realizzato negli ultimi cinque anni, mentre circa il 30% risale ai primi anni Duemila e il restante 20% è costituito da frantoi tradizionali dotati ancora di molazze e presse idrauliche.

PICCOLI IMPIANTI E QUALITÀ: UN VANTAGGIO COMPETITIVO

Nonostante le criticità strutturali e dimensionali, la ridotta taglia dei frantoi italiani rappresenta un vantaggio sotto il profilo qualitativo. Gli impianti di piccole dimensioni, infatti, possono garantire una maggiore cura del processo produttivo, operando spesso in prossimità degli uliveti e molitando le olive entro 24 ore dalla raccolta. Questa tempestività consente di ottenere oli extravergini ricchi di polifenoli, con note aromatiche intense e una maggiore longevità del prodotto.

LA RESA IN OLIO: UN INDICATORE STRATEGICO

Un parametro fondamentale nella valutazione dell'efficienza della filiera olivicola è la resa, ossia la quantità di

olio estratto da 100 kg di olive, espressa in percentuale. Una resa è considerata soddisfacente quando oscilla tra il 12% e il 13%, ma tale valore è soggetto a molteplici fattori:

- tecnologia dell'impianto. Frantoi più moderni consentono rese più elevate;
- alternanza stagionale. Le annate di "carica" e "scarica" influenzano il contenuto oleoso delle drupe;
- cultivar. Ad esempio, la Taggiasca raramente supera il 10%, mentre la Coratina, la Carolea, l'Ogliarola Messinese e la Sessana possono superare il 20%;
- condizioni agronomiche. Potature, concimazioni e disponibilità idrica sono determinanti;
- clima. Gelate, siccità o eccessivo calore riducono il potenziale produttivo.

I dati regionali mostrano un certo grado di variabilità della resa delle olive. Le tre principali regioni produttive presentano i valori medi più elevati per il periodo 2015-2024: Calabria 16,1%, Puglia e Sicilia 15,1%, superate solo dalla Liguria che ha evidenziato una resa media del 18,1%, mantenendo il primato per ciascuno degli ultimi nove anni. Al di sotto della media nazionale del 14,8% si collocano Lazio, con una resa del 13,2%, Campania (13,5%), Toscana e Abruzzo, entrambe con una resa del 13,7% (Tab. 9).

**EXPORT E IMPORT ITALIANO:
LUCI E OMBRE**

Nel 2023, l'Italia ha esportato circa 325.000 tonnellate di olio d'oliva, registrando un calo del 16,7% rispetto all'anno precedente. L'export si è

concentrato per oltre il 50% in tre mercati principali: Stati Uniti, maggiore mercato di sbocco con il 29,2% del totale, Germania (11,2%) e Spagna (10,6%), dove il deficit produttivo interno ha generato una crescita dell'approvvigionamento di olio italiano dell'86,6% rispetto al 2022 (Tab. 10).

TABELLA 10 - PRIMI DIECI MERCATI DI DESTINAZIONE DELL'OLIO D'OLIVA ITALIANO (VOLUME)

Rank 2023	Rank 2022	Rank 1991	Paese	2023 (t./000)	in %	Var 23/22 (%)	Var 23/22 (p.p.)	Var 23/91 (p.p.)	Rapporto 23/91 (n. volte)
1	1	1	Stati Uniti	94,7	29,1	-13,3	+1,2	-12,9	1,7
2	2	4	Germania	36,4	11,2	-16,3	+0,1	+5,2	4,5
3	6	2	Spagna	34,3	10,6	+86,6	+5,9	-4,2	1,7
4	3	5	Francia	21,7	6,7	-31,8	-1,5	+1,6	3,2
5	4	10	Giappone	14,6	4,5	-27,5	-0,7	+3,0	7,3
6	5	6	Canada	13,2	4,1	-30,4	-0,8	+0,6	2,8
7	7	7	Regno Unito	11,6	3,6	-27,5	-0,5	+1,2	3,6
8	8	13	Svizzera	7,5	2,3	-14,8	+0,1	+1,4	6,5
9	15	40	Polonia	6,3	1,9	+26,9	+0,7	+1,9	147,3
10	9	-	Corea del Sud	5,9	1,8	-28,1	-0,3	-	1
-	-	-	Mondo	324,9	100,0	-16,7	-	-	2,4

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati Istat.

Tra il 2023 e il 2022 le diminuzioni più marcate hanno interessato Francia (-31,8% in quantità), rimasta in ogni caso quarta con il 6,7% di share, oltre a Giappone (-27,5%, 4,5% di quota sull'export italiano), Canada (-30,4%, con la quota scesa al 4,1%) e Regno Unito (-27,5% e 3,6%). Come la Spagna, va in controtendenza la Polonia, che in forza del +26,9% di quantità fa ingresso con una share dell'1,9% tra i primi 10 paesi di destinazione dell'oro verde italiano (era 15a nel 2022).

In una retrospettiva di lungo periodo

l'export di olio d'oliva ha segnato una sostenuta espansione, essendosi moltiplicato di 2,4 volte tra il 1991 e il 2023, con un tasso di crescita del 2,8% medio annuo. Nel medesimo arco temporale i quantitativi indirizzati alla volta di Usa e Spagna hanno segnato una dinamica inferiore: si è trattato di un aumento pari a 1,7 volte in entrambi i casi. Entrambi i Paesi hanno così accusato una vistosa erosione nell'incidenza sulle esportazioni italiane di olio d'oliva: nel 1991 la Spagna ne riceveva il 14,8%, collocandosi in seconda posizione alle spalle del Paese a stelle e strisce

(da sempre leader incontrastato) che era destinatario del 42%. Ancora più vistosa la caduta della quota in capo alla Grecia, passata dall'11,6% del 1991 ad appena lo 0,3% nel 2023 (34a piazza). Si è invece assistito all'esplosione delle esportazioni verso il Giappone, cresciute di 7,3 volte tra il 1991 e il 2023, Corea del Sud, che ha raggiunto una quota dell'1,8% laddove non ne importava nel 1991, Svizzera (6,5 volte sul 1991), Germania (4,5 volte). Incrementi significativi anche per Regno Unito (3,6 volte rispetto al 1991), Francia (3,2 volte) e Canada (2,8 volte) (Tab. 10).

Riguardo le esportazioni italiane a valore, il

posizionamento dei diversi Paesi dipende ovviamente dal prezzo medio spuntato dall'olio d'oliva nei diversi mercati. Nel 2023, a fronte di una media globale di 6,6 euro al Kg (vs 4,8 euro/Kg nel 2022), il contenuto prezzo unitario dell'olio d'oliva italiano che raggiunge la Spagna (4 euro/kg) la fa scivolare dietro la Francia (6,8 euro al kg). Tra le prime dieci destinazioni il prezzo più elevato si osserva in Svizzera (8,3 euro), seguita da Regno Unito (7,8 euro/kg), Paesi Bassi (7,5 euro), Canada (7,2 euro), USA (7,1) e Germania (7 euro). Valori più bassi per il mondo asiatico (Giappone 6,7 euro/kg, Corea del Sud 6,4 euro) (Tab. 11).

TABELLA 11 - PRIMI DIECI MERCATI DI DESTINAZIONE DELL'OLIO DI OLIVA ITALIANO (VALORE)

Rank 2023	Rank 2022	Rank 1991	Paese	2023 (€ mln)	in %	Var 23/22 (%)	Var 23/22 (p.p.)	Var 23/91 (p.p.)	Rapporto 23/91 (n. volte)	Valore medio 2023 (n. €/kg)
1	1	1	Stati Uniti	673,0	31,2	-18,8	+1,2	-6,6	6,5	7,1
2	2	4	Germania	254,3	11,8	-18,1	+0,4	+4,0	12,0	7,0
3	3	5	Francia	148,6	6,9	+4,3	-0,7	+0,7	8,8	6,8
4	8	3	Spagna	135,7	6,3	+166,2	+3,6	-7,3	3,6	4,0
5	4	8	Giappone	97,6	4,5	-5,7	-1,0	+2,4	16,6	6,7
6	5	6	Canada	95,6	4,4	+2,4	-0,5	+1,0	10,3	7,2
7	6	7	Regno Unito	90,3	4,2	+7,2	-0,3	+1,1	10,6	7,8
8	7	11	Svizzera	62,4	2,9	+11,8	-0,1	+1,7	19,1	8,3
9	9	-	Corea del Sud	38,1	1,8	+3,3	-0,2	-	-	6,4
10	12	14	Paesi Bassi	34,9	1,6	+22,5	+0,1	+1,1	23,3	7,5
-	-	-	Mondo	2.159,3	100,0	+14,3	-	-	7,9	6,6

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati Istat.

Quanto alle importazioni italiane, nel 2023 la Spagna ne ha soddisfatto il 41,7%, una quota in diminuzione di ben 20,7 p.p. rispetto al 2022, risultando quasi dimezzata rispetto ai picchi vicini all'80% nei decenni precedenti. La fetta restante viene ripartita principalmente tra Grecia (38,7% delle importazioni italiane, +28,1 p.p. rispetto al 1991), Tunisia (10,1% nel 2023, -12,2 p.p. sul 1991) e, in minor misura, Portogallo (3,9%, +3,2 p.p.).

Nuovi Paesi si affacciano sulla scena: si tratta di Turchia, Siria e Albania (rispettivamente 2%, 1,3% e 1,1% di quota nel 2023), oltre che di Paesi con recente

ingresso nella produzione di olio d'oliva come Cile e Argentina (con rispettive share 0,3% e 0,2%). La Francia, che nel 1991 assommava il 3,8% dell'import tricolore, è ferma oggi allo 0,3%. I valori medi dell'olio d'oliva che arriva dall'estero appaiono più elevati per Spagna (6 euro al kg), Tunisia (5,9) e Portogallo (6,5), mentre sono maggiormente a buon mercato l'oro verde greco (5,1 euro al kg) e quello turco (5 euro).

Di rilievo la differenza tra il valore medio dell'olio d'oliva che importiamo dalla Spagna e quello tricolore che esportiamo nel Paese iberico (6 euro al kg contro appena 4 euro) (Tab. 12).

TABELLA 12 - PRIMI DIECI FORNITORI DI OLIO D'OLIVA ALL'ITALIA (VOLUME)

Rank 2023	Rank 2022	Rank 1991	Paese	2023 (t./000)	in %	Var 23/22 (%)	Var 23/22 (p.p.)	Var 23/91 (p.p.)	Valore medio 2023 (€/kg)
1	1	1	Spagna	182,8	41,7	-53,1	-20,7	-19,8	6,0
2	2	3	Grecia	169,6	38,7	+21,9	+16,4	+28,1	5,1
3	3	2	Tunisia	44,3	10,1	-14,2	+1,8	-12,2	5,9
4	4	5	Portogallo	16,9	3,9	-58,1	-2,6	+3,2	6,5
5	6	7	Turchia	8,7	2,0	+1.356,8	+1,9	+1,6	5,0
6	-	-	Siria	5,6	1,3	-	-	-	n.d.
7	-	8	Albania	4,9	1,1	+4.026,1	+1,1	+0,9	n.d.
8	9	4	Francia	1,3	0,3	+317,8	+0,2	-3,5	n.d.
9	-	-	Cile	1,3	0,3	+301,0	+0,3	-	n.d.
10	-	-	Argentina	1,0	0,2	+240,3	+0,2	-	n.d.
-	-	-	Mondo	438,3	100,0	-	-	-	n.d.

Elaborazioni Area Studi Mediobanca su dati Istat.

ANALISI PEST E IMPLICAZIONI STRATEGICHE

4.3

Valenza e utilità

4.3.1

L'analisi PEST (nella sua accezione più completa PESTEL) è uno degli strumenti più consolidati e trasversali nell'ambito della pianificazione strategica, in quanto permette di analizzare le variabili macroambientali che influenzano direttamente o indirettamente il settore in cui un'organizzazione opera. Seppur non modificabili dall'azienda, questi fattori risultano fondamentali per anticipare rischi potenziali, cogliere opportunità emergenti, e individuare leve strategiche da presidiare o sviluppare.

La piena efficacia di quest'analisi si manifesta solo se ad essa fa seguito una concreta traduzione in azioni strategiche,

valutate nel tempo in base ai risultati prodotti. Per questo motivo, l'approccio proposto in questo documento non si limita a una mera elencazione dei fattori esterni, ma si inserisce in una visione più ampia e strutturata, che connette l'ambiente esterno con l'identità aziendale, i suoi punti di forza e le sue priorità competitive. Per questo motivo, la presente analisi si inserisce all'interno di una visione organica e realistica della strategia aziendale di Olio Levante, nella convinzione che il valore predittivo di un modello analitico possa trasformarsi in leva concreta di competitività, a condizione che sia tradotto in azioni, monitorato e misurato nei risultati.

Politics

4.3.2

Negli ultimi anni, il quadro politico italiano e europeo si è orientato sempre più verso una visione sostenibile dell'agricoltura, incentrata sulla tracciabilità, la qualità certificata e la tutela della filiera corta. Le politiche legate alla nuova PAC (Politica Agricola Comune) e ai fondi del PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza) offrono opportunità concrete per imprese strutturate su modelli produttivi tracciabili, certificati e radicati nel territorio. In parallelo, la complessità geopolitica internazionale, con le crisi in Ucraina e Medio Oriente, genera instabilità nei costi energetici e nella logistica, incidendo sui margini e sulla fluidità delle esportazioni.

Per Olio Levante ciò significa avere la

possibilità di accesso agevolato a misure di sostegno o di finanziamento per il rinnovo tecnologico, l'efficientamento energetico, la digitalizzazione e l'internazionalizzazione. Al contempo, però, l'instabilità geopolitica impatta direttamente sui costi energetici e di trasporto, esponendo l'export a possibili interruzioni o rincari. Sarà quindi necessario rafforzare l'adattabilità della supply chain, anche attraverso la diversificazione dei mercati e dei partner distributivi.

Ne conseguono le seguenti implicazione strategiche:

- **rafforzare il presidio istituzionale**, partecipando attivamente a bandi e programmi di finanziamento europei

- (PAC, PNRR, PSR) per sostenere investimenti in sostenibilità, innovazione e internazionalizzazione;
- **diversificare i mercati esteri**, con particolare attenzione a quelli meno esposti a rischi geopolitici, per garantire continuità operativa e ridurre la dipendenza da singole aree sensibili;
- **costruire una logistica più resiliente**, valutando rotte alternative, accordi con operatori multi-paese e strumenti assicurativi per la gestione del rischio export;

- **valorizzare le pratiche virtuose già implementate** (filiera corta, energie rinnovabili, certificazioni), rendendole parte integrante della narrazione di marca e dei materiali di rendicontazione;
- **attivare azioni di accreditamento**, attraverso la partecipazione a consorzi, associazioni di categoria, tavoli territoriali e iniziative istituzionali, per consolidare la reputazione e il ruolo dell'azienda nel settore olivicolo nazionale ed europeo.

4.3.3

Economy

Il contesto economico del settore oleario è segnato da una forte volatilità dei prezzi, sia sul lato dell'approvvigionamento (materie prime, energia) sia sul lato vendita. Nel 2024, ad esempio, il prezzo medio dell'olio extravergine italiano ha superato i 9,5 €/kg, mentre l'olio spagnolo si è attestato intorno ai 4,4 €/kg, creando forti squilibri competitivi. Inoltre, questo settore è oggi caratterizzato da una dinamica economica polarizzata: da un lato, si assiste a un calo generalizzato dei consumi (in Italia siamo passati da 12 kg a 7,1 kg pro capite in dieci anni); dall'altro, cresce in modo significativo la domanda di oli premium, certificati, biologici e di filiera controllata.

Al contempo, l'export italiano è cresciuto notevolmente: ad esempio, nel 2024 ha toccato il valore record di 28 miliardi di euro, con mercati in forte espansione come Corea del Sud, Canada e Nord Europa. Tuttavia, la pressione inflattiva sui costi e la forte variabilità del prezzo al litro rendono instabile la marginalità, specialmente nei segmenti medio-bassi

Questo scenario impone ad un'azienda come Olio Levante di rafforzare il proprio posizionamento nella fascia medio-alta, puntando su valore percepito, qualità, storytelling e fidelizzazione, piuttosto che sulla competizione al ribasso. Allo stesso

tempo, la crescita dell'export (+7,1% nel 2024 per l'olio EVO italiano) rappresenta una leva fondamentale, che l'azienda può cogliere potenziando la propria presenza internazionale e valorizzando la reputazione del Made in Italy.

Ne conseguono le seguenti implicazione strategiche:

- **proteggere la marginalità aziendale**, evitando la competizione basata sul prezzo consolidando il posizionamento nella fascia medio-alta del mercato;
- **puntare su qualità, servizio e reputazione** come leve distintive per sostenere il valore percepito e la fedeltà dei clienti, soprattutto nei mercati premium;
- **sviluppare nuove relazioni commerciali in Paesi ad alta redditività**, con azioni mirate di marketing internazionale e presenza a fiere di settore;
- **investire in efficienza interna**, ottimizzando i processi produttivi, la logistica e la gestione delle risorse per contenere i costi operativi;
- **migliorare la pianificazione della domanda**, adottando strumenti previsionali per evitare eccessi di giacenza o sovrapproduzione, salvaguardando la flessibilità produttiva.

Social

I cambiamenti nei comportamenti di acquisto dei consumatori stanno ridefinendo le priorità del marketing agroalimentare. Si assiste a una crescente domanda di trasparenza, autenticità e identità territoriale. Il consumatore moderno (soprattutto nei mercati ad alto potenziale come Nord Europa, Stati Uniti e Asia) desidera conoscere la storia del prodotto, la provenienza delle materie prime, i metodi di coltivazione e trasformazione, e le persone che ne sono protagoniste. L'olio extravergine, in questo contesto, si trasforma da semplice commodity a bene culturale: espressione del territorio, della tradizione e di uno stile di vita mediterraneo, etico e salutare.

Allo stesso tempo, emerge con forza il bisogno di esperienzialità: il consumatore non vuole più solo acquistare un prodotto, ma vivere un'esperienza. Visite guidate in frantoio, percorsi di degustazione, narrazione multimediale della filiera e contenuti video-educativi stanno diventando strumenti essenziali di fidelizzazione e differenziazione.

Per Olio Levante, questo scenario implica la necessità di evolvere il proprio modello di comunicazione da informativo a relazionale, passando da un marketing centrato sul prodotto a un marketing centrato sull'identità e sull'esperienza.

4.3.4

Ne conseguono le seguenti implicazione strategiche:

- **rafforzare il racconto del brand**, investendo in contenuti che valorizzino la storia aziendale, la filiera controllata, le certificazioni, ma anche i volti, i luoghi e le scelte etiche che rendono unico il prodotto;
- **investire in una content strategy educativa e emozionale**, attraverso rubriche editoriali tematiche, video immersivi sulla produzione, materiali didattici e divulgativi dedicati sia ai buyer (schede prodotto, suggerimenti d'uso) sia ai consumatori finali (abbinamenti gastronomici, consigli di conservazione, proprietà nutrizionali);
- **aprire la fruizione del prodotto all'esperienza**, organizzando eventi in azienda, percorsi di visita nei periodi di raccolta, giornate porte aperte, mini-degustazioni guidate, collaborazioni con operatori turistici e food ambassador;
- **coltivare community digitali e relazionali**, attraverso un CRM evoluto, programmi fedeltà con contenuti riservati, gruppi WhatsApp Business o newsletter verticali su diversi temi;
- **differenziare la comunicazione per cultura e sensibilità locale**, adattando tono, contenuti e narrazione ai codici culturali dei Paesi target.

4.3.5

Technology

Negli ultimi anni, la tecnologia applicata all'agroalimentare ha compiuto progressi significativi, introducendo soluzioni come droni, sensori ambientali, mappatura satellitare, software per l'irrigazione di precisione, sistemi di estrazione a freddo automatizzata e tracciabilità tramite blockchain. Questi strumenti, ormai standard tra le aziende più avanzate, permettono di migliorare le rese produttive e la qualità finale del prodotto. Tuttavia, la loro adozione comporta investimenti costanti in aggiornamento tecnologico e formazione del personale. Anche sul fronte del marketing, l'integrazione di strumenti digitali ha trasformato radicalmente la gestione della relazione con il cliente. CRM evoluti e piattaforme automatizzate consentono oggi una profilazione accurata del pubblico, facilitando strategie personalizzate di fidelizzazione, cross-selling e remarketing. Inoltre, l'inserimento di QR code dinamici nei materiali di confezionamento apre nuove possibilità di dialogo diretto con il consumatore, potenziando l'esperienza d'acquisto.

Olio Levante è già dotata di tecnologie produttive avanzate e sistemi automatizzati di confezionamento, e ha avviato un processo di innovazione su tracciabilità e linee produttive. Oggi ha l'opportunità di rafforzare la dimensione comunicativa

e relazionale di queste innovazioni, integrandole nella propria narrazione di marca per trasformarle in valore percepito e riconoscibilità.

Ne conseguono le seguenti implicazione strategiche:

- **trasformare l'innovazione interna in valore percepito dal cliente**, rendendo visibili e comprensibili i benefici derivanti dalla tecnologia utilizzata in produzione e confezionamento;
- **sviluppare etichette intelligenti** (QR code dinamici, NFC, realtà aumentata) per fornire al consumatore informazioni accessibili e coinvolgenti su origine, qualità, filiera e consigli d'uso;
- **implementare una tracciabilità "parlante"**, capace di raccontare il percorso del prodotto dalla pianta alla tavola, rafforzando trasparenza e fiducia;
- **sfruttare il potenziale del CRM** per attivare campagne di comunicazione personalizzate, basate sul comportamento d'acquisto e sugli interessi dei clienti;
- **potenziare l'e-commerce**, integrandolo con contenuti multimediali, suggerimenti di abbinamento, schede sensoriali e storytelling esperienziale per valorizzare l'unicità del prodotto.

Environmental e Ethical

4.3.6

Il cambiamento climatico rappresenta oggi una delle principali minacce sistemiche per il settore olivicolo. L'aumento di eventi estremi (siccità prolungate, gelate fuori stagione, ondate di calore e attacchi parassitari) compromette resa, qualità e continuità produttiva. Solo tra il 2023 e il 2024, si sono registrati cali produttivi fino al 32%, a testimonianza della crescente fragilità dell'ecosistema agricolo mediterraneo. In questo contesto, l'agricoltura sostenibile non può più essere considerata una scelta opzionale o valoriale, ma una necessità operativa per garantire la resilienza delle coltivazioni.

Parallelamente, cresce l'attenzione da parte di consumatori, buyer internazionali e istituzioni verso aziende che dimostrano un impegno concreto e misurabile in ambito ambientale (come la riduzione delle emissioni, l'utilizzo di energie rinnovabili, il packaging sostenibile e la gestione circolare delle risorse).

Accanto alla dimensione ambientale, si afferma con forza anche quella etica: trasparenza, tutela del lavoro lungo la filiera e coerenza tra dichiarazioni e comportamenti sono elementi sempre più centrali nella percezione del valore aziendale. La sostenibilità si afferma così come leva culturale e strategica, oltre che tecnica, assumendo un ruolo chiave nel posizionamento competitivo.

Olio Levante ha già intrapreso percorsi virtuosi in questa direzione, ma per trarne pieno valore, è fondamentale dare visibilità e credibilità a questo impegno, integrandolo nella narrazione di marca e rendendolo un fatechnology.

Ne conseguono le seguenti implicazione strategiche:

- **valorizzare attivamente gli investimenti già compiuti**, trasformandoli in elementi centrali della comunicazione di marca;
- **afforzare la coerenza tra valori dichiarati e operatività aziendale**, in modo da evitare greenwashing e consolidare la fiducia presso clienti e stakeholder;
- **costruire una narrazione ESG credibile**, fondata su dati, risultati misurabili e testimonianze verificabili lungo tutta la filiera;
- **rendere più accessibili le scelte sostenibili al consumatore**, attraverso etichette dedicate, QR code informativi, campagne educational e packaging parlanti;
- **adottare un sistema di reporting ambientale ed etico**, che raccolga e renda trasparente l'impatto aziendale in termini di sostenibilità, responsabilità sociale e governance.

4.3.7

Legal

Il contesto normativo europeo si sta rapidamente evolvendo, con regolamenti sempre più stringenti in materia di etichettatura alimentare, tracciabilità, export e rendicontazione non finanziaria. In particolare, il Regolamento UE 2022/2104 introduce nuovi obblighi sull'etichettatura dei prodotti alimentari, imponendo criteri più rigorosi riguardo alla tracciabilità dell'origine, alla leggibilità delle informazioni e alla conformità linguistica nei mercati internazionali.

Parallelamente, la Direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), in fase di attuazione progressiva fino al 2026, estenderà anche alle imprese di medie dimensioni l'obbligo di pubblicare bilanci ESG1 completi, certificati e verificabili, includendo dati ambientali, sociali e di governance. A queste normative si aggiungono linee guida europee sempre più restrittive in materia di greenwashing e etichettatura ambientale.

Olio Levante, già in linea con le principali normative in tema di sicurezza e qualità alimentare, ha oggi l'opportunità di rafforzare il proprio posizionamento investendo nella costruzione di un sistema ESG solido, integrato e comunicabile,

che diventi parte integrante della propria strategia d'impresa.

Ne conseguono le seguenti implicazioni strategiche

- **adeguare l'etichettatura dei prodotti** alle nuove direttive UE, garantendo tracciabilità dell'origine, chiarezza informativa e conformità linguistica per i mercati esteri;
- **formalizzare un sistema ESG completo**, strutturando la raccolta, gestione e certificazione dei dati ambientali, sociali e di governance;
- **predisporre la pubblicazione di un bilancio ESG annuale** in linea con la Direttiva CSRD, utile non solo per obblighi normativi ma anche come strumento di trasparenza e branding;
- **integrare gli aspetti normativi nella comunicazione istituzionale**, trasformando l'adeguamento legale in leva di posizionamento competitivo e distintivo;
- **formare il personale** interno su temi di compliance normativa, ESG reporting e comunicazione sostenibile, per garantire una gestione integrata e consapevole.





5. I NOSTRI CAPITALI

5 I NOSTRI CAPITALI

5.1 Capitale umano

Il capitale umano (human capital) rappresenta una delle risorse strategiche più preziose per la crescita sostenibile e duratura di un'impresa. Include non solo le competenze tecniche e l'esperienza professionale delle persone che operano all'interno dell'organizzazione, ma anche il loro valore relazionale, la motivazione individuale, la capacità di innovare e il grado di coinvolgimento nei valori aziendali. Investire nel capitale umano significa promuovere ambiente di lavoro inclusivo, stimolante e sicuro, in cui ciascun individuo possa esprimere il proprio potenziale. Significa inoltre garantire formazione continua, sviluppo professionale, ascolto attivo e partecipazione, elementi che

alimentano il senso di appartenenza e rafforzano il contributo collettivo verso gli obiettivi comuni. All'interno di una visione integrata della sostenibilità, la valorizzazione del capitale umano si traduce anche nella tutela della salute e del benessere, nel rispetto dei diritti, nella promozione della diversità e nella diffusione di una cultura aziendale fondata su etica, trasparenza, equità e responsabilità. Attraverso politiche dedicate alla crescita delle persone e alla qualità della vita lavorativa, **il capitale umano diventa un motore di innovazione, resilienza e competitività**, contribuendo alla creazione di valore condiviso per tutti gli stakeholder.

5.1.1 Gestione del personale

Le persone sono il cuore pulsante di Olio Levante e rappresentano una risorsa strategica essenziale per la continuità dell'impresa e il raggiungimento degli obiettivi aziendali. La valorizzazione del capitale umano si fonda sul riconoscimento delle competenze, delle potenzialità e dell'impegno individuale, attraverso criteri di valutazione oggettivi, trasparenti e documentati, in un'ottica di sviluppo continuo. La gestione delle risorse umane si ispira a principi etici e valoriali solidi: **uguaglianza, onestà, coesione, rispetto e tutela della persona**. In ogni relazione, interna o esterna, l'azienda adotta comportamenti improntati alla responsabilità e al

rispetto, rifiutando qualsiasi forma di discriminazione. La promozione della dignità del lavoro e la tutela dell'integrità fisica e morale dei collaboratori costituiscono pilastri fondamentali della cultura aziendale. Olio Levante favorisce attivamente l'accrescimento delle competenze tecniche e professionali, incentivando il coinvolgimento e la partecipazione attiva delle persone. Il dialogo interno è costantemente promosso per alimentare la consapevolezza dei valori aziendali e rafforzare la condivisione di una cultura organizzativa improntata a innovazione, inclusione e responsabilità.

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

Nel tempo, l'azienda ha consolidato una visione chiara e coerente del valore del capitale umano, considerandolo un asset strategico per affrontare le sfide del futuro e garantire la competitività dell'impresa. Per questo, viene privilegiato un modello occupazionale stabile e duraturo: l'83% del personale è assunto con contratto a tempo indeterminato (39 dipendenti). Nel dettaglio, **il 100% delle donne presenti in azienda è assunto con contratto a tempo indeterminato, mentre tale percentuale si attesta all'82% per gli uomini**. La forza lavoro è composta prevalentemente da operai, che rappresentano il **68% del totale**, corrispondente a 32 dipendenti.

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER CONTRATTO E GENERE

	2024			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo indeterminato	36	3	39	34	3	37
Tempo determinato	8	0	8	3	0	3
Totale	44	3	47	37	3	40

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER CATEGORIA E GENERE

	2024			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti						
Quadri						
Impiegati	12	3	15	10	3	13
Operai	32	0	32	27	0	27
Totale	44	3	47	37	3	40

La composizione del personale evidenzia una netta prevalenza maschile, con una presenza femminile pari al 6% del totale. Le lavoratrici sono tutte impiegate con contratto a tempo indeterminato e ricoprono esclusivamente ruoli amministrativi, a testimonianza dell'impegno dell'azienda nel promuovere la stabilità occupazionale e l'inclusione anche nelle funzioni impiegatizie. Questa configurazione riflette l'attenzione di Olio Levante verso un ambiente di lavoro equilibrato, dove ciascun ruolo è valorizzato secondo criteri di competenza e responsabilità.

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER ETÀ E GENERE

	2024			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	7	0	7	5	0	5
dai 30 ai 50 anni	35	2	37	28	2	30
>50 anni	2	1	3	4	1	5
Totale	44	3	47	37	3	40

La distribuzione anagrafica del personale mostra una prevalenza significativa nella fascia tra i 30 e i 50 anni, che rappresenta il 79% della forza lavoro, pari a 37 dipendenti. Questo dato riflette una struttura aziendale consolidata, composta da figure professionali in una fase matura del proprio percorso, capaci di coniugare esperienza, stabilità e capacità di adattamento alle evoluzioni del contesto lavorativo. La composizione anagrafica attuale conferma la volontà dell'azienda di puntare su profili professionali in grado di garantire continuità operativa e competenze trasversali, fondamentali per sostenere la crescita aziendale.

CONCILIAZIONE VITA-LAVORO

Olio Levante riconosce l'importanza di favorire un equilibrio tra sfera professionale e vita privata come leva strategica per il benessere individuale e la crescita collettiva. In quest'ottica, promuove politiche di flessibilità capaci di rispondere alle esigenze delle persone senza compromettere l'efficienza produttiva. Nel 2024 sono stati attivati 3 contratti part-time, tutti in capo a lavoratrici donne, che rappresentano l'intera componente femminile dell'organico. Questa scelta conferma l'impegno concreto dell'azienda verso l'inclusione, l'equità e l'ascolto delle esigenze specifiche della propria comunità lavorativa.

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI SUDDIVISI PER REGIME ORARIO DI LAVORO E GENERE

	2024			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
FULL-TIME	41	3	44	35	3	38
PART-TIME	3	0	3	2	0	2
Totale	44	3	47	37	3	40

LEGALITÀ, INCLUSIONE E RISPETTO

Nel corso del 2024 non sono stati segnalati episodi di discriminazione all'interno dell'organizzazione, a dimostrazione dell'efficacia delle politiche aziendali orientate al rispetto e alla valorizzazione delle diversità.

Tutti i collaboratori dell'azienda sono assunti con regolare contratto di lavoro, nel pieno rispetto delle normative vigenti. L'azienda, infatti, adotta un approccio rigoroso in materia di legalità e diritti umani: non è tollerata alcuna forma di lavoro irregolare, né il ricorso a lavoro minorile o forzato, in nessuna fase della catena produttiva. Un approccio che rappresenta una componente essenziale della responsabilità sociale d'impresa di Olio Levante.

DINAMICHE OCCUPAZIONALI

Nel corso del 2024, Olio Levante ha registrato 8 nuove assunzioni, tutte relative a personale maschile, a conferma del trend di crescita della forza lavoro e dell'impegno nel garantire continuità e sviluppo alle proprie attività produttive. Nello stesso periodo si è verificata una sola uscita, anch'essa riferita a un lavoratore di genere maschile. Queste dinamiche, pur contenute nei numeri, evidenziano una gestione attenta delle risorse umane e una struttura organizzativa orientata alla stabilità e alla valorizzazione del personale, nel quadro di una strategia che mira a rafforzare le competenze interne e a promuovere un ambiente lavorativo solido e inclusivo.

ASSUNZIONI

		2024		2023	
			% sul totale assunzioni		% sul totale assunzioni
Età	< 30 anni	3	38%	2	67%
	dai 30 ai 50 anni	5	62%	1	33%
	>50 anni	0		0	
	Totale	8	100%	3	100%
Genere	Uomini	8	100%	3	100%
	Donne	0		0	
	Totale	8	100%	3	100%

CESSAZIONI

		2024		2023	
			% sul totale assunzioni		% sul totale assunzioni
Età	< 30 anni	0		1	100%
	dai 30 ai 50 anni	1	100%	0	
	>50 anni	0		0	
	Totale	1	100%	1	100%
Genere	Uomini	1	100%	1	100%
	Donne	0		0	
	Totale	1	100%	1	100%

5.1.2

Formazione e sviluppo

In Olio Levante, la formazione rappresenta uno strumento strategico e imprescindibile per la crescita sostenibile dell'impresa. Investire nella conoscenza non è considerato un'azione episodica, ma un processo continuo e strutturato, volto a valorizzare le capacità individuali, alimentare la motivazione e accrescere il livello di professionalità all'interno dell'organizzazione.

Lo sviluppo e la condivisione delle competenze sono riconosciuti come elementi fondamentali per costruire un'azienda solida, dinamica e capace di affrontare con successo le sfide del mercato. Per questo, ogni anno viene definito un piano formativo, attraverso una raccolta strutturata delle esigenze da parte dei responsabili di area e la successiva approvazione da parte della Direzione.

Le attività formative abbracciano trasversalmente tutti i reparti aziendali e comprendono tre ambiti principali: le competenze tecniche, le competenze linguistiche e le competenze trasversali. Particolare attenzione viene posta allo sviluppo delle soft skills, come la capacità di lavorare in team e l'attitudine al cambiamento, ritenute essenziali per favorire un ambiente collaborativo e aperto all'innovazione.

Nel corso del 2024, l'impegno dell'azienda sul fronte formativo si è tradotto in un totale di 480 ore di formazione erogate, con una media di 10 ore per dipendente. I principali contenuti hanno riguardato la sicurezza sul lavoro, a conferma dell'attenzione costante che Olio Levante dedica alla tutela delle persone e alla prevenzione dei rischi.

NUMERO TOTALE DI ORE DI FORMAZIONE SUDDIVISE PER CATEGORIA E GENERE

	2024			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti						
Quadri						
Impiegati	160	80	240	120	50	170
Operai	240	0	240	180	0	180
Totale	400	80	480	300	50	350

SUDDIVISIONE DEL NUMERO TOTALE DI ORE FORMAZIONE PER TIPOLOGIA

	2024	2023
Sicurezza generale e sicurezza per collaboratori	140	130
Primo soccorso e preposti alla sicurezza	50	30
Sicurezza nell'utilizzo dei carrelli elevatori	40	40
Sicurezza elettrica e antincendio	30	40
Corso di lingua inglese	80	0
Quality control	40	60
Privacy	30	0
Formazione nuovi assunti	70	50
Totale	480	350

Salute e sicurezza sul lavoro

5.1.3

La tutela della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro rappresenta per Olio Levante un valore imprescindibile e un impegno quotidiano. Per questo l'azienda promuove un ambiente di lavoro sano, sicuro e rispettoso, in cui ogni persona possa operare in condizioni ottimali di benessere fisico e psicologico.

Garantire la sicurezza dei collaboratori significa anche consolidare una cultura aziendale fondata sulla responsabilità condivisa e sulla prevenzione. A tal fine, la Società adotta un sistema di gestione della sicurezza conforme alle normative vigenti, che prevede la valutazione costante dei rischi, l'implementazione di misure preventive e l'aggiornamento periodico delle procedure operative. Tutto il personale viene regolarmente formato e sensibilizzato in merito alle corrette prassi di sicurezza e al rispetto delle disposizioni previste per prevenire infortuni e malattie professionali.

Olio Levante si impegna inoltre a mantenere attivo un dialogo aperto e collaborativo con i lavoratori e i rappresentanti per la sicurezza, promuovendo il miglioramento continuo delle condizioni lavorative. La prevenzione diventa così parte integrante del processo produttivo, contribuendo a costruire un clima di fiducia, responsabilità e consapevolezza.

NUMERO INFORTUNI SUL LAVORO

	2024	2023
Infortuni sul lavoro registrabili	0	0
di cui mortali	0	0
di cui con gravi conseguenze	0	0
di cui in itinere	0	0
Giorni persi per infortunio	0	0
N° di casi di malattia professionale	0	0

5.2

CAPITALE FINANZIARIO



Il capitale finanziario (*financial capital*) rappresenta l'insieme delle risorse economiche che la Società ha a disposizione per sostenere le proprie attività, promuovere la crescita e generare valore nel tempo. Comprende sia i fondi interni, derivanti dalla gestione operativa e dagli investimenti, sia quelli acquisiti attraverso forme di finanziamento esterno, come l'equity, i prestiti e le obbligazioni.

Queste risorse, se gestite in modo responsabile e strategico, consentono all'organizzazione di investire nell'innovazione, nel potenziamento della struttura produttiva e nel rafforzamento

della propria competitività sul mercato. Un'allocazione efficace del capitale finanziario è inoltre fondamentale per mantenere solidi gli indicatori economici, garantire la sostenibilità nel lungo periodo e rispondere con flessibilità alle esigenze del contesto socioeconomico di riferimento.

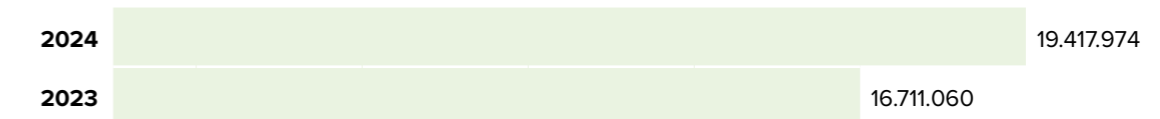
In questo senso, il capitale finanziario non è solo un mezzo, ma diventa una leva fondamentale per tradurre visione strategica e obiettivi aziendali in azioni concrete, sostenendo in maniera equilibrata la creazione di valore economico, ambientale e sociale.

Le forme di finanziamento in essere

5.2.1

Nel corso del 2024, il patrimonio netto della Società ha registrato un incremento significativo, pari al 16,2%, raggiungendo un valore complessivo di 19,4 milioni di euro. Questo risultato riflette la solidità finanziaria dell'impresa e la sua capacità di generare valore nel tempo, confermando la sostenibilità del modello di crescita adottato.

PATRIMONIO NETTO (in euro)



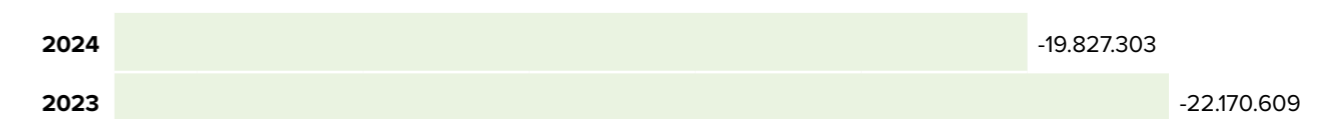
Nel 2024, le disponibilità liquide nette hanno registrato un incremento pari a 2,3 milioni di euro (+17,0%), raggiungendo un totale di 13,4 milioni di euro. L'analisi del rendiconto finanziario evidenzia che tale crescita è stata alimentata principalmente dalla generazione di liquidità da attività operative, pari a 2,8 milioni di euro. A questa si contrappongono l'impiego di 0,4 milioni di euro in attività di investimento e l'assorbimento di 0,1 milioni di euro da attività di finanziamento.

RENDICONTO FINANZIARIO (in euro)

	2024	2023
Liquidità generata (assorbita) dall'attività operativa	2.772.150	-2.321.108
Liquidità utilizzata in attività di investimento	-428.844	-607.439
Liquidità generata (assorbita) dalle attività di finanziamento	-49.789	1.442.779
AUMENTO (DIMINUZIONE) DELLA LIQUIDITÀ	2.293.517	-1.485.768
CASSA E BANCHE ATTIVE AL NETTO DELLE BANCHE PASSIVE A INIZIO ESERCIZIO	-15.710.485	-14.224.717
CASSA E BANCHE ATTIVE AL NETTO DELLE BANCHE PASSIVE A FINE ESERCIZIO	-13.416.968	-15.710.485

Nel corso del 2024, la posizione finanziaria netta di Olio Levante ha evidenziato un miglioramento significativo, con una riduzione dell'indebitamento finanziario netto che è passato da -22,2 milioni di euro al 31 dicembre 2023 a -19,8 milioni di euro alla fine del 2024. Questo risultato riflette un'efficace gestione delle risorse finanziarie e una maggiore capacità dell'azienda di generare liquidità, confermando la solidità del modello operativo e la crescente sostenibilità economica delle proprie attività.

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (in euro)



5.3

CAPITALE MATERIALE E INFRASTRUTTURALE

Il capitale materiale e infrastrutturale (manufactured capital) rappresenta l'insieme delle risorse fisiche tangibili che Olio Levante utilizza per sostenere e sviluppare le proprie attività produttive e distributive. Comprende beni strumentali, impianti, macchinari, edifici, mezzi di trasporto, tecnologie e infrastrutture logistiche, che costituiscono la base operativa per la creazione di valore.

Queste risorse sono gestite con attenzione e in un'ottica di continuo efficientamento, per garantire elevati standard di qualità, sicurezza e sostenibilità ambientale. Investimenti costanti nel rinnovo

tecnologico e nella manutenzione degli asset consentono all'azienda di ottimizzare i processi produttivi, ridurre gli sprechi e migliorare le performance energetiche, contribuendo al tempo stesso a rafforzare la competitività e la resilienza del sistema produttivo.

Olio Levante riconosce il ruolo strategico del capitale materiale e infrastrutturale come leva per l'innovazione responsabile e la transizione verso modelli di produzione più sostenibili, integrando tali risorse nel proprio modello di business in maniera sinergica con gli altri capitali.

5.3.1

Investimenti in immobilizzazioni materiali e immateriali

Nel corso dell'esercizio 2024, Olio Levante ha realizzato investimenti in immobilizzazioni materiali per un valore complessivo pari a Euro 428.844, in calo rispetto a Euro 549.287 registrati nell'esercizio precedente. Tali investimenti sono stati destinati al potenziamento delle strutture e degli impianti produttivi, con l'obiettivo di mantenere elevati standard di efficienza e qualità.

Nel medesimo periodo, non sono stati effettuati investimenti in immobilizzazioni immateriali (Euro 0), a fronte di Euro 58.152 nel 2023. Questo dato riflette una razionalizzazione della spesa in ambiti non tangibili, con un focus prevalente sulle risorse fisiche e infrastrutturali per sostenere lo sviluppo operativo dell'azienda.

5.4

CAPITALE ORGANIZZATIVO

Il capitale organizzativo (*intellectual capital*) rappresenta l'insieme degli asset immateriali che supportano il funzionamento efficiente e integrato dell'azienda. Si tratta di un capitale intangibile ma cruciale, che comprende i modelli gestionali, i processi interni, i sistemi informativi, le procedure operative e la cultura aziendale, elementi che riflettono il valore della conoscenza accumulata nel tempo e la capacità dell'organizzazione di adattarsi, innovare e generare valore. Nel caso di Olio Levante, il capitale organizzativo si traduce in una struttura agile e ben definita, capace di favorire la trasversalità delle competenze, la

condivisione del sapere e la governance responsabile. Rientrano in questo ambito anche i sistemi di gestione della qualità, le certificazioni, i meccanismi di controllo e valutazione delle performance, nonché l'attenzione costante all'innovazione dei processi produttivi e logistici. La valorizzazione di questo capitale è fondamentale per garantire efficienza, resilienza organizzativa e coerenza strategica nel lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda investe in strumenti digitali, formazione e pratiche collaborative, favorendo un ambiente dinamico dove le conoscenze e le esperienze individuali si trasformano in un vantaggio competitivo condiviso.

Certificazioni

5.4.1

L'impegno di Olio Levante verso la qualità, la sicurezza e la responsabilità si riflette nell'ottenimento di numerose certificazioni riconosciute a livello nazionale e internazionale. Ciascuna di esse testimonia l'adesione dell'Azienda a standard rigorosi e l'adozione di processi strutturati per garantire il rispetto delle normative, la tutela del consumatore e l'accesso a mercati diversificati. Di seguito si riportano le principali certificazioni attualmente in possesso.



ISO 9001 – Sistema di Gestione per la Qualità
Specifica i requisiti che un sistema di gestione di qualità deve possedere per dimostrare la capacità di un'organizzazione di essere in grado di fornire prodotti conformi ai requisiti dei prodotti clienti e alle normative cogenti applicabili.



IFS - International Featured Standards
È uno standard globale che stabilisce i requisiti per garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari durante la produzione e la fornitura. Essa si concentra sull'implementazione di buone pratiche di produzione e gestione dei rischi per assicurare la conformità agli standard internazionali.



BRC – Brand Reputation Compliance – Food
Attesta la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari mediante l'applicazione di sistemi misti di gestione qualità/prodotto, di autocontrollo igienico (HACCP) e di buone pratiche di fabbricazione Good Manufacturing Practices - GMP.

	ICEA – Produzione Biologica Certificazione rilasciata da un ente terzo accreditato che attesta la conformità della produzione alle normative europee sul biologico, garantendo l'assenza di sostanze chimiche e il rispetto dell'ambiente.
	Kosher – Kasheruth Indica l'idoneità di un cibo a essere consumato dal popolo ebraico secondo le regole alimentari stabilite nella Torah, come interpretate dall'esegesi del Talmud e come sono codificate nello Shulchan Arukh. Il cibo che risponde ai requisiti di kasherut è definito kosher.
	DOP – Denominazione di Origine Protetta Certifica la provenienza geografica e la qualità del prodotto, garantendo che tutte le fasi della produzione avvengano in una determinata area secondo pratiche tradizionali.
	JAS – Japan Agricultural Standards Certificazione valida per esportare e commercializzare i prodotti biologici in Giappone. Lo standard certifica prodotti agricoli e zootecnici, prodotti trasformati destinati all'alimentazione umana e animale (esclusi vino, bevande alcoliche e prodotti dell'acquacoltura).
	HALAL Attesta che i prodotti rispettano i precetti alimentari della religione islamica. Questa certificazione, obbligatoria per il consumo da parte di cittadini di fede islamica, rappresenta un requisito indispensabile per l'accesso ai mercati a maggioranza musulmana.
	AEO – Operatore Economico Autorizzato Status riconosciuto dall'Unione Europea che certifica l'affidabilità dell'operatore nei processi doganali e lungo la catena di approvvigionamento internazionale.
	ISO 22005 – Rintracciabilità nella Filiera Alimentare Standard che garantisce la tracciabilità lungo tutta la filiera produttiva. Permette al consumatore di risalire all'origine delle materie prime, assicurando trasparenza e sicurezza.
	VEGAN Certificazione che attesta l'assenza di ingredienti di origine animale e di test sugli animali nella produzione del prodotto, in conformità ai requisiti del mercato vegano.
	Rating di Legalità Attribuito dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), valuta il grado di rispetto della legalità da parte dell'azienda e il livello di trasparenza nei rapporti con clienti, fornitori e stakeholder.

CAPITALE NATURALE

5.5

Il capitale naturale (natural capital) rappresenta l'insieme delle risorse ambientali – rinnovabili e non rinnovabili – e dei processi ecosistemici che supportano direttamente o indirettamente le attività aziendali, contribuendo alla creazione di valore nel breve, medio e lungo termine. Rientrano in questa categoria elementi quali suolo, aria, acqua, biodiversità, materie prime e servizi ecosistemici, fondamentali per la sopravvivenza e il successo duraturo di ogni organizzazione. La gestione responsabile del capitale naturale implica un utilizzo consapevole delle risorse, orientato alla riduzione

degli impatti ambientali, al miglioramento dell'efficienza dei processi produttivi e alla conservazione degli equilibri naturali. In tale ottica, l'adozione di pratiche sostenibili e circolari rappresenta una leva strategica per minimizzare i rischi ambientali, adattarsi ai cambiamenti climatici e rispondere alle crescenti aspettative normative e sociali. Investire nel capitale naturale significa non solo limitare il consumo di risorse, ma anche promuovere il loro rigenerarsi e il mantenimento della loro qualità nel tempo, in un'ottica di sviluppo sostenibile e responsabilità intergenerazionale.

Gestione dei consumi energetici

5.5.1

Nel corso del 2024, Olio Levante ha monitorato con attenzione i propri consumi energetici, adottando un approccio responsabile orientato all'efficienza e alla sostenibilità ambientale. La totalità dell'energia impiegata nel periodo è riconducibile all'energia elettrica, con un utilizzo residuale di carburante liquido, in particolare gasolio, destinato ad attività marginali. L'energia elettrica acquistata è stata utilizzata sia per alimentare il processo produttivo che per supportare le attività operative e gestionali della sede aziendale. Il consumo complessivo di energia elettrica nell'anno si è attestato a 0,989 GWh, un dato che riflette un'attenta pianificazione energetica e un impegno continuo verso la riduzione degli sprechi.

TOTALE CONSUMI ENERGETICI INTERNI

	2024	2023
Totale Energia elettrica consumata	0,989 GW	0,848 GW
Energia elettrica acquistata	0,510 GW	0,545 GW
di cui proveniente da fonti rinnovabili certificate	0,234 GW	0,232 GW
Gas naturale	5.854 smc	7.891 smc
Carburante (gasolio)	36.000 l	30.000 l

ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA (in GW)

	2024	2023
Energia elettrica autoprodotta e consumata (da fotovoltaico)	0,48 GW	0,32 GW
Energia elettrica autoprodotta e immessa in rete (da fotovoltaico)	0,285 GW	0,199 GW

5.5.2 Gestione dei rifiuti

Nel 2024, Olio Levante ha gestito con attenzione il proprio impatto ambientale anche sotto il profilo della produzione e dello smaltimento dei rifiuti, raccogliendo complessivamente 44,73 tonnellate di materiali di scarto, con un incremento del 32% rispetto all'anno precedente, quando i rifiuti raccolti erano pari a 34,16 tonnellate, con un incremento del 32% rispetto all'anno precedente, quando i rifiuti raccolti erano pari a 34,16 tonnellate.

L'intero quantitativo di rifiuti non pericolosi (44,73 t) è stato destinato a operazioni di riciclo, in linea con le politiche aziendali di economia circolare e riduzione dell'impatto ambientale. Per quanto riguarda i rifiuti pericolosi, pari a 0,103 tonnellate, questi sono stati gestiti attraverso altre operazioni di smaltimento presso impianti autorizzati, nel pieno rispetto della normativa ambientale vigente.

Il monitoraggio dei rifiuti prodotti avviene attraverso un registro di carico e scarico che consente di tracciare con precisione la tipologia e la quantità dei rifiuti generati. L'intero processo di raccolta, trattamento, riciclo e smaltimento è affidato a fornitori esterni specializzati, operanti sul territorio locale, e si svolge in ottemperanza alle disposizioni legislative in materia di gestione ambientale.

Grazie a una gestione efficiente, nel 2024 è stato riciclato il 100% dei rifiuti non pericolosi prodotti, a conferma dell'impegno dell'azienda nella valorizzazione delle risorse e nella riduzione dell'impronta ecologica. Il residuo 0,23% (0,103 t) è rappresentato da rifiuti pericolosi correttamente smaltiti, evitando ogni rischio per l'ambiente e la salute pubblica.

TOTALE RIFIUTI PER TIPOLOGIA DI SMALTIMENTO (in T)

	2024			2023		
	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Rifiuti destinati allo smaltimento						
Preparazione per il riutilizzo						
Riciclo		44,73	44,73		34,00	34,00
Altre operazioni di recupero						
Totale		44,37	44,37		34,00	34,00

	2024			2023		
	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Rifiuti non destinati allo smaltimento						
Incenerimento con recupero di energia						
Incenerimento senza recupero di energia						
Conferimento in discarica						
Altre operazioni di smaltimento	0,103		0,103	0,162	32,7	194,7
Totale	0,103		0,103	0,162	32,7	194,7

Gestione del consumo idrico

5.5.3

Nel 2024, Olio Levante ha consumato complessivamente 0,932 megalitri di acqua, registrando una riduzione del 9% rispetto all'anno precedente. Questo risultato riflette l'impegno dell'azienda verso un utilizzo sempre più responsabile delle risorse naturali e un'efficace strategia di monitoraggio dei consumi idrici all'interno dei propri processi produttivi.

Il consumo d'acqua è stato coperto interamente da fonti non soggette a stress idrico, nel pieno rispetto della tutela delle risorse ambientali. Le quantità prelevate sono impiegate per le attività operative e produttive dell'azienda, secondo criteri di efficienza e sostenibilità. La tabella seguente riporta nel dettaglio la suddivisione dei consumi per tipologia di fonte.

CONSUMO IDRICO PER TIPOLOGIA DI FONTE (in megalitri)

	2024	2023
Acque di enti terzi – acquedotto	0,932	1,025
Acque sotterranee		
Totale	0,932	1,025

5.6

CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE

Il capitale sociale e relazionale (*social and relationship capital*) rappresenta l'insieme delle relazioni che l'impresa intrattiene con le proprie comunità di riferimento, con gli stakeholder, con i partner commerciali e con tutti gli attori della catena del valore. Esso comprende la fiducia costruita nel tempo, il dialogo continuo, la reputazione aziendale, nonché la capacità di collaborare, condividere informazioni e creare valore diffuso, generando benessere individuale e collettivo.

Questo capitale si alimenta attraverso relazioni improntate alla trasparenza, alla responsabilità e al rispetto reciproco, e si traduce in un elemento chiave per rafforzare la resilienza dell'organizzazione e consolidare il suo ruolo sociale. Promuovere il coinvolgimento attivo degli stakeholder, la partecipazione alle dinamiche territoriali e la creazione di partnership strategiche rappresenta per l'azienda una leva fondamentale per contribuire allo sviluppo sostenibile delle comunità in cui opera.

5.6.1

Adesione a Confindustria

L'adesione di Olio Levante S.r.l. a Confindustria rappresenta una scelta strategica orientata alla partecipazione attiva in un sistema di relazioni che valorizza l'impresa quale motore dello sviluppo economico, sociale e civile del Paese.

Far parte del sistema confindustriale significa contribuire a costruire una rete solida e dinamica tra imprese industriali e manifatturiere, operanti sia sul territorio nazionale che su mercati esteri, in differenti comparti economici. Olio Levante condivide i principi fondanti del sistema Confindustria, nel rispetto degli ambiti di autonomia e influenza reciproca, partecipando agli obiettivi comuni e alle iniziative promosse per sostenere la competitività del tessuto imprenditoriale italiano.

Confindustria agisce tramite una capillare rete territoriale e settoriale composta da 210 Organizzazioni associate, supportata dalle sedi centrali di Roma e Bruxelles, e opera nel rispetto del Codice Etico e dei Valori Associativi. Questo codice si fonda su tre pilastri fondamentali: libertà di associazione, libertà di iniziativa economica e libertà di mercato. A questi si affianca la volontà di promuovere una rappresentanza unitaria, organica e strategica degli interessi dell'impresa, contribuendo attivamente al dialogo con le istituzioni e alla definizione delle politiche industriali.

L'appartenenza a Confindustria consente a Olio Levante non solo di beneficiare di un sistema di rappresentanza forte e strutturato, ma anche di alimentare il confronto e la condivisione di buone pratiche tra imprese, a vantaggio della crescita sostenibile e dell'innovazione.

Adesione a Federalimentare

5.6.2

Olio Levante ha aderito a Federalimentare, riconoscendone il ruolo strategico nella rappresentanza e nella promozione dell'intera filiera dell'industria alimentare italiana, e condividendone pienamente i valori fondanti e gli obiettivi istituzionali.

Federalimentare è la federazione di categoria che, nell'ambito del sistema Confindustria, rappresenta e tutela le imprese italiane attive nella produzione di cibo e bevande.

Ad oggi, raggruppa 13 associazioni di categoria, che a loro volta riuniscono circa 6.850 imprese produttive, impegnate a valorizzare l'eccellenza del Made in Italy agroalimentare, in Italia e all'estero.

Attraverso un'azione sinergica con le istituzioni italiane ed europee, Federalimentare promuove un modello alimentare sano, equilibrato e sostenibile, fondato su principi di qualità, sicurezza e tracciabilità. Al tempo stesso, sostiene la vocazione all'export delle imprese associate, contribuendo a diffondere nel mondo la cultura gastronomica italiana e proteggendo le nostre eccellenze dalle imitazioni e dalle contraffazioni.

L'adesione di Olio Levante a Federalimentare testimonia la volontà dell'azienda di partecipare attivamente a un sistema rappresentativo di ampio respiro, contribuendo alla crescita del comparto e rafforzando la propria presenza sui mercati internazionali.

Adesione a Assitol

5.6.3

Olio Levante ha scelto di aderire ad Assitol – Associazione Italiana dell'Industria Olearia, riconoscendo il ruolo cruciale che l'Associazione svolge nella tutela e promozione del settore oleario italiano, nonché nella rappresentanza delle imprese industriali che operano nel comparto delle materie grasse, dei derivati e degli ingredienti alimentari. L'adesione ad Assitol si inserisce in un'ottica di rafforzamento della presenza aziendale all'interno della filiera agroalimentare nazionale, grazie a una rete consolidata di relazioni e collaborazioni interprofessionali. L'Associazione, infatti, si distingue per la sua capacità di:

- promuovere accordi collettivi di lavoro nei comparti di riferimento;
- elaborare intese interprofessionali con le altre organizzazioni della filiera agroalimentare;
- supportare le imprese associate nella risoluzione di problematiche di natura legale, sindacale, fiscale e tecnica;
- monitorare costantemente i comparti rappresentati, elaborando statistiche e studi mirati per supportare le strategie aziendali.

Fondata nel 1972 dalla fusione di tre associazioni settoriali (olio di oliva, oli da semi, margarine e derivati), Assitol è oggi un punto di riferimento imprescindibile per l'intero settore. Conta 9 gruppi merceologici, che includono: olio di oliva, olio di sansa, oli da semi, condimenti e prodotti spalmabili a base vegetale, semilavorati per panificazione, pasticceria e pizzeria, lievito, farine proteiche vegetali gluten-free, biodiesel, oli per usi tecnici.

Nel suo complesso, Assitol rappresenta circa 120 aziende per un fatturato aggregato

pari a 20 miliardi di euro e oltre 10.000 lavoratori diretti e indiretti. Fa parte del sistema confindustriale attraverso l'adesione a Confindustria e Federalimentare, e partecipa attivamente alle principali organizzazioni comunitarie e internazionali del settore, tra cui Fedolive, Eurolivepomace, Fediol, Imace, Fedima, Cofalec ed EBB. Con questa adesione, Olio Levante rafforza il proprio impegno a contribuire attivamente allo sviluppo e alla valorizzazione del settore oleario, partecipando a una rete di confronto, innovazione e rappresentanza capace di incidere concretamente sulle politiche di settore, sia in Italia che all'estero.

5.6.4 Premio Industria Felix

Nel corso del 2024, Olio Levante è stata insignita del Premio Industria Felix, prestigioso riconoscimento conferito alle imprese italiane che si distinguono per la qualità della gestione aziendale, l'affidabilità finanziaria e il contributo concreto allo sviluppo economico e sociale del proprio territorio.

Il premio viene attribuito a seguito di un'attenta analisi oggettiva dei bilanci aziendali, realizzata in collaborazione con Cerved, e basata su criteri rigorosi che combinano solidità patrimoniale, sostenibilità economica e performance gestionale. L'ottenimento di tale riconoscimento rappresenta per Olio Levante una conferma dell'efficacia del proprio modello imprenditoriale, fondato su valori di innovazione, etica e responsabilità. Essere selezionati tra le imprese più virtuose d'Italia rafforza la reputazione di Olio Levante come realtà d'eccellenza nel panorama agroalimentare nazionale, capace di coniugare crescita competitiva con attenzione al contesto ambientale e sociale in cui opera. Il riconoscimento è motivo di orgoglio per l'intero team aziendale e stimolo a proseguire con determinazione nel percorso di sviluppo sostenibile intrapreso.

5.6.5 Collaborazione con LILT Udine – Evento “Peperoncino Day”

A partire dal 2023, Olio Levante ha il piacere e l'onore di sostenere il “Peperoncino Day”, evento annuale promosso dalla LILT – Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, sezione di Udine, in collaborazione con l'Accademia Italiana del Peperoncino. Questa iniziativa nasce con l'obiettivo di diffondere la cultura della prevenzione e dei corretti stili di vita, attraverso una manifestazione che unisce salute, gusto e convivialità.

L'appuntamento rappresenta un momento di sensibilizzazione aperto al pubblico, in cui il cibo diventa veicolo di educazione alimentare e benessere.

Olio Levante partecipa attivamente all'evento contribuendo con il proprio olio extravergine “Fruttato Leggero”, inserito nel paniere dei prodotti selezionati per la manifestazione. Un ingrediente di qualità, simbolo della dieta mediterranea, che si abbina perfettamente ai protagonisti dell'iniziativa: aglio e peperoncino, noti per le loro proprietà benefiche.

Il piatto simbolo dell'evento – semplice, genuino e nutriente – combina pasta, aglio, peperoncino e olio extravergine di oliva, offrendo un'esperienza di gusto che valorizza la

tradizione culinaria italiana e promuove allo stesso tempo un'alimentazione sana. Attraverso questa collaborazione, Olio Levante ribadisce il proprio impegno verso la responsabilità sociale d'impresa, contribuendo con entusiasmo a progetti che promuovono la salute, la cultura del territorio e il benessere delle comunità.

Partecipazione al Premio “ArmoniosaMente – Eccellenze di Puglia” 5.6.6

Nel 2023, Olio Levante ha scelto di sostenere con convinzione il Premio ArmoniosaMente – Eccellenze di Puglia, riconoscendosi appieno nei valori fondanti dell'iniziativa. Il premio nasce dal desiderio di promuovere e valorizzare quelle esperienze di vita, professionali e umane che contribuiscono alla creazione di una società più giusta, armonica e solidale.

Il concetto di “Armonia”, intesa come vera e propria economia dell'anima, è il filo conduttore del premio e richiama il modo in cui l'individuo dovrebbe relazionarsi con gli altri e con il mondo: attraverso l'ascolto, l'equilibrio e il rispetto. Una visione che accomuna scienza, medicina, fisica, imprenditoria, arte, recitazione e cultura, considerate tutte come espressioni diverse di un'unica melodia collettiva.

Il riconoscimento è promosso congiuntamente da due realtà associative impegnate nel sociale:

- Associazione Gabriel – ODV, attiva nel campo dell'umanizzazione delle cure in oncologia;
- Associazione ArmoniosaMente, che si occupa del benessere della persona nel corpo e nell'anima, secondo un approccio olistico.

Con la sua partecipazione, Olio Levante rinnova il proprio impegno a favore della comunità e del benessere collettivo, credendo fermamente nel ruolo dell'impresa come agente di cambiamento culturale e sociale.

Partecipazione al progetto dell'associazione Dragon Light “Il Drago della Vita” 5.6.7

Olio Levante ha sostenuto con orgoglio il progetto Dragon Light, iniziativa nata per offrire un percorso di rinascita fisica e mentale alle donne che hanno affrontato la propria personale battaglia contro il cancro. Attraverso lo sport, la meditazione e il recupero del benessere psico-fisico, le partecipanti vengono accompagnate verso una riscoperta dell'amore per sé stesse e per la vita.

Promosso dall'associazione Dragon Light Marton Bari, guidata dalla presidente Rosa Ladisa, il progetto ha coinvolto volontari e sostenitori nella realizzazione di un libro intitolato *Il Drago della Vita*. L'opera raccoglie testimonianze di donne forti e determinate, desiderose di riprendere in mano le redini della propria esistenza con coraggio e dignità.

Olio Levante ha contribuito alla stampa del volume, curato da Paola De Marzo, in collaborazione con Rosa Ladisa e Marcello Angarano. Nell'ultima pagina del libro è riportato anche il logo dell'azienda, a testimonianza di un impegno concreto a favore di iniziative che promuovono il valore della resilienza e della solidarietà.

5.6.8

Collaborazione con la Fondazione Pugliese per le Neurodiversità

Nell'ambito del proprio impegno verso la responsabilità sociale d'impresa e la promozione di una cultura dell'inclusione, Olio Levante ha avviato una significativa collaborazione con la Fondazione Pugliese per le Neurodiversità, un ente impegnato nella tutela dei diritti e nel miglioramento della qualità della vita delle persone neurodivergenti.

L'adesione a questa iniziativa nasce dalla volontà dell'Azienda di contribuire attivamente alla costruzione di una società più equa, in cui ogni individuo – indipendentemente dalle proprie caratteristiche neurologiche – possa sentirsi accolto, valorizzato e messo nelle condizioni di esprimere appieno il proprio potenziale.

Attraverso il supporto concreto alla Fondazione, Olio Levante intende promuovere all'interno e all'esterno dell'organizzazione una cultura attenta alla diversità neurologica, rafforzando il legame con il territorio e sostenendo pratiche inclusive che rappresentano un valore aggiunto per la comunità e per il tessuto produttivo locale.

Questa collaborazione si inserisce coerentemente nella visione etica dell'azienda, orientata al benessere sociale e alla valorizzazione del capitale umano in tutte le sue espressioni.

5.6.9

Partecipazione alle iniziative “Amici per la Vita” e “Senza Sbarre”

Olio Levante S.r.l. aderisce dal 2016 all'Associazione Onlus “Amici per la Vita”, un'iniziativa solidale nata dalla volontà di quattro imprenditori di unire le proprie forze per sostenere progetti a carattere sociale e umano. Nel tempo, all'associazione si sono uniti numerosi altri attori del tessuto produttivo e civile – liberi professionisti, artigiani, imprenditori e semplici cittadini – contribuendo a rafforzare la rete di solidarietà e a realizzare interventi concreti sul territorio. “Amici per la Vita” è ufficialmente riconosciuta come Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale (ONLUS) dall'Agenzia delle Entrate.

Tra i progetti sostenuti, Olio Levante è particolarmente coinvolta in “Senza Sbarre”, un'iniziativa promossa dalla Diocesi di Andria con l'obiettivo di favorire il reinserimento sociale di detenuti ed ex detenuti ammessi a misure alternative alla detenzione. Il progetto è attivo dal 2018 presso la Masseria San Vittore, una struttura della Diocesi immersa in un'area rurale di 10 ettari nel comune di Andria. Attraverso un modello di accoglienza residenziale e semi-residenziale, “Senza Sbarre” accompagna i partecipanti in un percorso di rieducazione, formazione e inclusione sociale, offrendo loro una concreta opportunità di ricostruzione personale e professionale.

Il sostegno economico al progetto proviene da numerose iniziative solidali, tra cui:

- “Le Partite della Solidarietà”, eventi sportivi a scopo benefico;
- una rassegna cinematografica del 2020 con la partecipazione dell'attore Riccardo Scamarcio;
- la realizzazione e commercializzazione dei taralli “A Mano Libera”, un marchio registrato direttamente legato al progetto “Senza Sbarre”, simbolo del lavoro e della rinascita dei suoi beneficiari.

Attraverso il sostegno a queste iniziative, Olio Levante conferma il proprio impegno nel promuovere modelli di sviluppo inclusivi, in grado di generare valore sociale e offrire nuove prospettive a chi si trova in condizioni di marginalità.





6. PERFORMANCE

6 PERFORMANCE

6.1 Gli esercizi 2024, 2023 e 2022

Nel corso del triennio 2022–2024, Olio Levante ha consolidato il proprio posizionamento competitivo, registrando performance economiche e finanziarie in costante evoluzione. I risultati ottenuti riflettono la capacità dell'azienda di adattarsi alle dinamiche del mercato, investendo in innovazione, rafforzando la propria struttura produttiva e ottimizzando la gestione delle risorse. L'analisi dei principali indicatori evidenzia i progressi compiuti sotto il profilo della crescita dei ricavi, del contenimento dell'indebitamento e dell'efficienza operativa.

Nel dettaglio, i ricavi delle vendite sono cresciuti in modo significativo, passando da Euro 130.356.406 nel 2022 a Euro 160.667.176 nel 2023 (+23,2%), per poi raggiungere Euro 221.748.824 nel 2024 (+38,0% rispetto all'anno precedente). Questo incremento testimonia l'espansione della base clienti e il consolidamento delle quote di mercato, sia a livello nazionale che internazionale.

L'EBITDA ha evidenziato un andamento altalenante: dopo un lieve calo tra il 2022 e il 2023 (da Euro 5.205.987 a Euro 4.998.291), ha registrato una ripresa nel 2024, attestandosi a Euro 5.758.152. Tuttavia, l'EBITDA margin è progressivamente diminuito, passando dal 4,0% del 2022 al 3,1% nel 2023, fino al 2,6% nel 2024, segno di un contesto di maggiore pressione sui margini operativi.

Sul fronte patrimoniale, la posizione finanziaria netta ha mostrato un miglioramento, passando da Euro -22.170.609 al 31 dicembre 2023 a Euro

-19.827.303 al 31 dicembre 2024. Il rapporto PFN/EBITDA, indicatore chiave della sostenibilità finanziaria, è sceso da 4,4 a 3,4, segnalando un percorso virtuoso di riduzione dell'indebitamento.

I prospetti che seguono riportano nel dettaglio i principali dati finanziari relativi agli esercizi 2022, 2023 e 2024. Le informazioni sono tratte dai bilanci annuali redatti in conformità all'art. 2423 del Codice Civile.



Conto economico riclassificato

6.1.1

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO (in euro)	VALORI 2024		VALORI 2023		VALORI 2022	
	assoluti	%	assoluti	%	assoluti	%
FATTURATO	221.748.824	100,0	160.667.176	100,0	130.356.406	100,0
Proventi diversi	1.375.713	0,6	912.035	0,5	685.032	0,5
Variaz. lavori in corso su ordinaz.	-1.003.009	-0,5	1.154.331	0,7	653.590	0,5
Acquisti materie prime e merci	-210.968.164	-95,1	-154.441.751	-96,1	-124.711.138	-95,7
Variaz. riman. materie prime e merci	2.544.185	1,1	3.190.607	2,0	4.477.707	3,4
Costi per servizi	-5.963.329	-2,7	-4.842.427	-3,0	-4.694.324	-3,6
Godimento di beni di terzi	-200.444	-0,1	-164.643	-0,1	-145.815	-0,1
Costi del personale	-1.459.406	-0,6	-1.288.221	-0,8	-1.227.941	-0,9
Oneri diversi	-316.218	-0,1	-188.816	-0,1	-187.530	-0,1
EBITDA	5.758.152	2,6	4.998.291	3,1	5.205.987	4,0
Ammortamenti	-1.076.714	-0,5	-1.172.662	-0,7	-1.140.533	-0,9
Svalutazioni e accantonamenti	-39.064		-45.516		-762.292	-0,6
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	4.642.374	2,1	3.780.113	2,4	3.303.162	2,5
Oneri finanziari	-936.013	-0,4	-690.329	-0,5	-99.275	-0,1
Proventi finanziari	8.685		717		0	
Utili (perdite) su cambi	-12		-26.822		0	
RISULTATO ANTE IMPOSTE	3.715.034	1,7	3.063.679	1,9	3.203.887	2,4
Imposte sul reddito	-1.008.120	-0,5	-740.112	-0,5	-800.830	-0,6
UTILE NETTO	2.706.914	1,2	2.323.567	1,4	2.403.057	1,8

Nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, Olio Levante ha conseguito un fatturato pari a 221.748.824 euro, in sensibile crescita rispetto ai 160.667.176 euro registrati nel 2023 e ai 130.356.406 euro del 2022. Parallelamente, il risultato netto di esercizio si è attestato a 2.706.914 euro, in miglioramento rispetto ai 2.323.567 euro del 2023 e ai 2.403.057 euro del 2022.

La ripartizione geografica dei ricavi nell'esercizio 2024 evidenzia una netta prevalenza del mercato nazionale, con 131,7 milioni di euro generati in Italia, 71,2 milioni nei Paesi dell'Unione Europea e 18,9 milioni nei mercati extra UE.

L'incremento della marginalità netta riflette il consolidamento delle dinamiche gestionali e l'efficienza dei processi operativi. In particolare, l'analisi dei principali indicatori di produttività e redditività consente di comprendere meglio le leve che hanno influenzato il risultato economico complessivo, come illustrato nei prospetti di sintesi che seguono.

INDICI DI PRODUTTIVITÀ

	2024	2023	2022
Intensità del capitale investito	0,33	0,43	0,43
Rotazione del capitale investito	3,1	2,3	2,3

INDICI DI REDDITIVITÀ

	2024	2023	2022
Profitti su vendite	1,2%	1,4%	1,8%
Reddittività vendite (ROS)	2,1%	2,4%	2,5%
Reddittività capitale investito (ROI)	6,4%	5,5%	5,8%
Reddittività patrimonio netto (ROE)	13,9%	13,9%	16,7%
Tasso incid. oneri extra risult. oper. (RN/RO)	58,3%	61,4%	72,7%
Reddittività mezzi impiegati (ROA)	5,0%	4,4%	4,4%
Costo mezzi di terzi	1,8%	1,3%	0,2%

Nel corso dell'ultimo biennio, il Return on Investment (ROI) ha registrato un incremento significativo, passando dal 5,5% del 2023 al 6,4% del 2024. Tale miglioramento trova origine non tanto in un aumento della redditività operativa, quanto piuttosto nell'efficienza con cui il capitale investito è stato utilizzato. Infatti, a fronte di una contrazione del ROS (che si è ridotto dal 2,4% al 2,1%), si è osservato un aumento della rotazione del capitale investito, salito da 2,3 a 3,1.

L'evoluzione della composizione dell'attivo e del passivo corrente nel 2024 ha avuto effetti diretti sulla struttura patrimoniale e sulla posizione finanziaria dell'azienda. In particolare, l'aumento delle attività correnti ha comportato un'espansione degli impieghi a breve termine, mentre l'incremento delle passività correnti ha inciso sulla gestione della liquidità e del capitale circolante.

Le dinamiche evidenziate trovano rappresentazione sintetica nello Stato Patrimoniale riclassificato, riportato nel prospetto seguente, che consente di analizzare in modo più chiaro l'equilibrio patrimoniale dell'impresa.

Stato patrimoniale riclassificato

6.1.2

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO	Valori al 31.12.2024		Valori al 31.12.2023	
	assoluti	%	assoluti	%
ATTIVO				
Disponibilità liquide	2.208.585	3,1	1.260.280	1,8
Crediti verso clienti BT	33.987.778	46,9	32.034.904	46,7
Attività finanziarie e diverse BT	3.265.466	4,5	3.173.101	4,6
Ratei e risconti attivi	16.451		54.072	0,1
<i>Liquidità immediate e differite</i>	<i>39.478.280</i>	<i>54,5</i>	<i>36.522.357</i>	<i>53,2</i>
<i>Rimanenze</i>	<i>24.093.217</i>	<i>33,3</i>	<i>22.549.762</i>	<i>32,9</i>
Attivo corrente	63.571.497	87,8	59.072.119	86,1
Immobilizzazioni materiali	5.161.526	7,1	5.694.011	8,3
Immobilizzazioni immateriali	3.715.659	5,1	3.831.044	5,6
Attivo immobilizzato	8.877.185	12,2	9.525.055	13,9
Capitale investito	72.448.682	100,0	68.597.174	100,0
PASSIVO				
Debiti verso banche BT	15.625.553	21,6	16.970.765	24,7
Debiti verso fornitori BT	27.351.546	37,8	24.156.785	35,2
Debiti tributari BT	1.038.254	1,4	771.079	1,1
Altre passività BT	226.664	0,3	1.014.235	1,5
Ratei e risconti passivi	1.965.157	2,7	2.167.429	3,2
Passivo corrente	46.207.174	63,8	45.080.293	65,7
Debiti verso banche MLT	3.030.165	4,2	2.635.852	3,8
Debiti verso soci per finanziamenti MLT	3.380.170	4,7	3.824.272	5,6
TFR	413.199	0,5	345.697	0,5
Passivo MLT	6.823.534	9,4	6.805.821	9,9
Capitale sociale	1.000.000	1,4	1.000.000	1,5
Riserve	15.711.060	21,7	13.387.493	19,5
Risultato dell'esercizio	2.706.914	3,7	2.323.567	3,4
Patrimonio netto	19.417.974	26,8	16.711.060	24,4
Finanziamenti	72.448.682	100,0	68.597.174	100,0

Nel corso dell'esercizio 2024, l'azienda ha registrato un incremento del capitale investito pari al 5,6% rispetto all'anno precedente, portandolo a un totale di Euro 72.448.682 al 31 dicembre 2024. Questo aumento è principalmente riconducibile alla crescita dei crediti verso clienti e all'incremento delle rimanenze. L'andamento degli aggregati patrimoniali riflette l'espansione della struttura aziendale e l'intensificazione delle attività, in linea con le strategie di crescita e sviluppo adottate. La composizione dettagliata delle voci patrimoniali e la loro evoluzione nel triennio sono riportate nella tabella seguente, che sintetizza i principali indicatori di equilibrio patrimoniale.

AGGREGATI PATRIMONIALI (in euro)	31.12.2024	31.12.2023	Variazioni	
			assolute	%
Attivo corrente	63.571.497	59.072.119	4.499.378	7,6%
Attivo immobilizzato	8.877.185	9.525.055	-647.870	-6,8%
Passivo corrente	46.207.174	45.080.293	1.126.881	2,5%
Passivo MLT	6.823.534	6.805.821	17.713	0,3%
Patrimonio netto	19.417.974	16.711.060	2.706.914	16,2%

A completamento dell'analisi economico-patrimoniale, si riportano di seguito i principali margini operativi e gli indici di performance, che consentono di valutare l'andamento della gestione caratteristica e la capacità dell'impresa di generare valore nel tempo.

MARGINI PATRIMONIALI (in euro)	31.12.2024	31.12.2023
Margine di struttura	10.540.789	7.186.005
Capitale circolante netto	17.364.323	13.991.826
Margine di tesoreria	-6.728.894	-8.557.936

INDICI DI LIQUIDITÀ	31.12.2024	31.12.2023
Current ratio	1,4	1,3
Quick ratio	0,85	0,81

INDICI DI INDEBITAMENTO	31.12.2024	31.12.2023
Rapporto di leva	2,7	3,1
Rapporto di indebitamento	3,7	4,1
Copertura immobilizzi	2,2	1,7

Prospetto delle variazioni nei conti di patrimonio netto

6.1.3

(in euro)	Capitale sociale	Riserve di rivalutazione	Riserva legale	Riserva straordinaria	Altre riserve	Utile d'esercizio	Patrimonio netto
Saldi al 31.12.2021	1.000.000	5.675.484	200.000	5.572.717	2	1.910.504	14.358.707
Destinazione risultato deliberato dall'Assemblea ordinaria del 1/08/2022				1.910.504		-1.910.504	
Differenza d'arrotondamento					-3		-3
Riclassificazione a debiti delle riserve da utili prodotti e accantonati fino al 31 dicembre 2017 deliberato dall'Assemblea ordinaria del 29 dicembre 2022				-2.374.271			-2.374.271
Utile dell'esercizio						2.403.057	2.403.057
Saldi al 31.12.2022	1.000.000	5.675.484	200.000	5.108.950	-1	2.403.057	14.387.490
Destinazione risultato deliberato dall'Assemblea ordinaria del 29 giugno 2023				2.403.057		-2.403.057	
Differenza d'arrotondamento					3		3
Utile dell'esercizio						2.323.567	2.323.567
Saldi al 31.12.2023	1.000.000	5.675.484	200.000	7.512.007	2	2.323.567	16.711.060
Destinazione risultato deliberato dall'Assemblea ordinaria del 12 luglio 2024				2.323.567		-2.323.567	
Utile dell'esercizio						2.706.914	2.706.914
Saldi al 31.12.2024	1.000.000	5.675.484	200.000	9.835.574	2	2.706.914	19.417.974

La tabella mostra un'evoluzione positiva e costante del patrimonio netto della società nel periodo considerato, con un incremento complessivo di circa 5 milioni di euro, passando da Euro 14,4 milioni nel 2021 a Euro 19,4 milioni nel 2024.

Nel complesso, la dinamica del patrimonio netto evidenzia una gestione prudente e orientata alla capitalizzazione, attraverso il reinvestimento degli utili e una politica costante di rafforzamento delle riserve disponibili. Questo rafforza la solidità patrimoniale della società, aumentando la sua resilienza e capacità di autofinanziamento.

6.1.4 Rendiconto finanziario

Nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, la società ha registrato un aumento della liquidità pari a Euro 2.293.517, dovuta a:

- gestione operativa, che ha generato liquidità per Euro 2.772.150, confermando la solidità della gestione caratteristica e la capacità dell'azienda di autofinanziarsi attraverso il proprio ciclo economico;
- attività di investimento, che hanno utilizzato liquidità per Euro 428.844, prevalentemente destinata all'acquisto di immobilizzazioni materiali;
- attività di finanziamento, che hanno assorbito liquidità per Euro 49.789.



RENDICONTO FINANZIARIO (in euro)	2024	2023	2022
GESTIONE REDDITUALE			
Utile netto dell'esercizio	2.706.914	2.323.567	2.403.057
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	961.329	1.058.877	1.043.548
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	115.385	113.785	96.985
Variazione TFR	67.502	50.607	24.813
Aumento crediti verso clienti	-1.952.874	-7.979.964	-1.330.420
Diminuzione (aumento) attività finanziarie e diverse	-92.365	-80.588	209.294
Diminuzione (aumento) ratei e risconti attivi	37.621	-48.431	5.966
Aumento rimanenze	-1.543.455	-4.345.285	-5.042.052
Aumento (diminuzione) debiti verso fornitori BT	3.194.761	7.637.476	-1.851.501
Aumento (diminuzione) debiti tributari BT	267.175	-109.265	140.335
Aumento (diminuzione) altre passività BT	-787.571	-637.060	1.405.828
Aumento (diminuzione) ratei e risconti passivi	-202.272	-304.827	558.786
Liquidità generata (assorbita) dalla gestione operativa	2.772.150	-2.321.108	-2.335.361
ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO			
Investimenti netti in immobilizzazioni materiali	-428.844	-549.287	-858.667
Investimenti netti in immobilizzazioni immateriali	0	-58.152	-16.847
Liquidità utilizzata in attività di investimento	-428.844	-607.439	-875.514
ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO			
Incremento debiti verso banche MLT	394.313	1.442.779	720.398
Decremento debiti verso soci per finanziamenti MLT	-444.102	0	0
Liquidità generata (assorbita) dalle attività di finanziamento	-49.789	1.442.779	720.398
AUMENTO (DIMINUZIONE) DELLA LIQUIDITÀ	2.293.517	-1.485.768	-2.490.477
CASSA E BANCHE ATTIVE AL NETTO DELLE BANCHE PASSIVE A INIZIO ESERCIZIO	-15.710.485	-14.224.717	-11.734.240
CASSA E BANCHE ATTIVE AL NETTO DELLE BANCHE PASSIVE A FINE ESERCIZIO	-13.416.968	-15.710.485	-14.224.717

6.1.5 Posizione finanziaria netta

Al 31 dicembre 2024, la posizione finanziaria netta di Olio Levante si è attestata a Euro -19.827.303, in miglioramento rispetto all'esercizio precedente, quando ammontava a Euro -22.170.609.

Questo risultato evidenzia un rafforzamento della solidità finanziaria dell'azienda, riflettendo una riduzione dell'indebitamento netto pari a circa Euro 2,3 milioni su base annua. Il miglioramento è riconducibile principalmente alla capacità dell'impresa di generare flussi di cassa positivi dalla gestione operativa e a una gestione attenta delle fonti e degli impieghi finanziari.

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (in euro)	31.12.2024	31.12.2023
A. Cassa	5.111	353.121
B. Altre disponibilità liquide	2.203.474	907.159
C. Titoli detenuti per la negoziazione		
D. Liquidità (A+B+C)	2.208.585	1.260.280
E. Crediti finanziari correnti		
F. Debiti bancari correnti	-15.625.553	-16.970.765
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente		
H. Altri debiti finanziari correnti		
I. Indebitamento finanziario corrente (F+G+H)	-15.625.553	-16.970.765
J. Indebitamento finanziario corrente netto (I-E-D)	-13.416.968	-15.710.485
K. Debiti bancari non correnti	-3.030.165	-2.635.852
L. Obbligazioni emesse		
M. Altri debiti non correnti	-3.380.170	-3.824.272
N. Indebitamento finanziario non corrente (K+L+M)	-6.410.335	-6.460.124
O. Indebitamento finanziario netto (J+N)	-19.827.303	-22.170.609

Valore aggiunto prodotto e distribuito

6.1.6

Il valore aggiunto rappresenta la ricchezza complessivamente generata dall'impresa nel corso dell'esercizio e successivamente distribuita ai suoi principali stakeholder: risorse umane, Stato e istituzioni, collettività e sistema impresa. Costituisce un indicatore di impatto economico diretto, utile a comprendere quanto l'attività dell'azienda contribuisca allo sviluppo del territorio e del tessuto economico-sociale in cui opera. Nel 2024, Olio Levante ha prodotto un valore aggiunto lordo pari a Euro 6.500.285, in aumento rispetto ai Euro 5.737.545 dell'esercizio precedente.

VALORE AGGIUNTO PRODOTTO E DISTRIBUITO (in euro)	2024		2023	
Ricavi	223.133.222		161.579.928	
Consumi	-216.632.937		-155.842.383	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE	6.500.285		5.737.545	
ripartito tra:				
Risorse umane	1.476.943	22,7%	1.294.778	22,6%
Costo del lavoro diretto	1.263.005		1.101.528	
Costo del lavoro indiretto	213.938		193.250	
Stato, Enti e Istituzioni	1.232.514	19,0%	942.511	16,4%
Imposte sul reddito d'esercizio	1.008.120		740.112	
Imposte e tasse indirette e patrimoniali	224.394		202.399	
Collettività	7.200	0,1%	4.027	0,1%
Beneficenza	7.200		4.027	
Sistema Impresa	3.783.628	58,2%	3.496.229	60,9%
Ammortamenti	1.076.714		1.172.662	
Utile non distribuito	2.706.914		2.323.567	



7. LINEE PROGRAMMATICHE E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

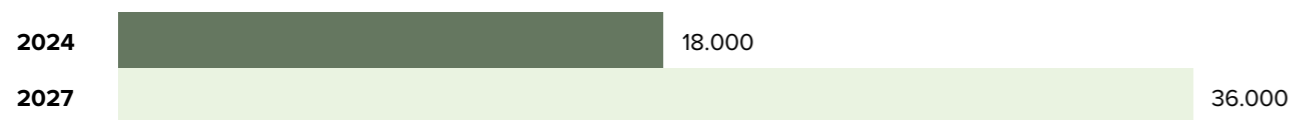
7 LINEE PROGRAMMATICHE E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

7.1 Progetto di espansione

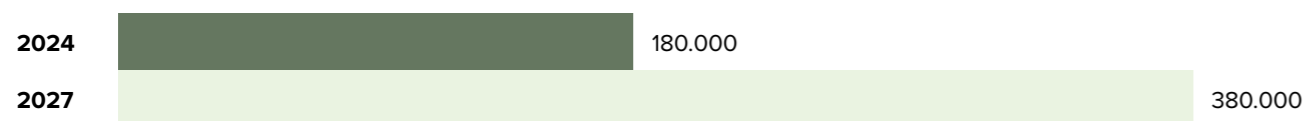
Olio Levante ha avviato un ambizioso progetto di espansione industriale per il triennio 2025–2027, supportato da Invitalia attraverso lo strumento dei Contratti di Sviluppo - Misura PNRR. L'iniziativa si inserisce in un più ampio piano di crescita aziendale che punta a consolidare la leadership del brand nel settore oleario, migliorando al contempo l'efficienza produttiva, la capacità logistica e l'impatto ambientale delle attività. Attualmente, la Società opera su una superficie di 18.000 m², con 8 linee produttive attive. Il progetto prevede il raddoppio dell'area complessiva, che raggiungerà i 36.000 m² (+100%), accompagnato da un incremento delle linee produttive da 8 a 11 (+37,5%). Il nuovo stabilimento includerà anche un edificio automatizzato per il magazzino e una struttura dedicata alla frangitura, segnando un importante passo verso l'integrazione verticale e l'autonomia produttiva.

Grazie a questo investimento, la capacità produttiva passerà da 180.000 litri a 380.000 litri (+111%), mentre la capacità di stoccaggio aumenterà da 1.750 a 4.500 pallet (+150%), equivalenti a un passaggio da 50.000 tonnellate a 80.000 tonnellate di olio sfuso (+60%). Oltre all'ampliamento fisico e produttivo, il progetto include l'ottimizzazione dei processi esistenti, l'adozione di tecnologie avanzate e il potenziamento di soluzioni energetiche sostenibili, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e promuovere l'impiego di energie rinnovabili. Sul piano economico, l'espansione si tradurrà in una crescita significativa del fatturato, previsto in aumento da 222 milioni a 268 milioni di euro (+21%) nonché dell'EBITDA che passerà da 5,8 milioni di euro a 8,0 milioni di euro (+40%), contribuendo così al rafforzamento della competitività aziendale sui mercati nazionali e internazionali.

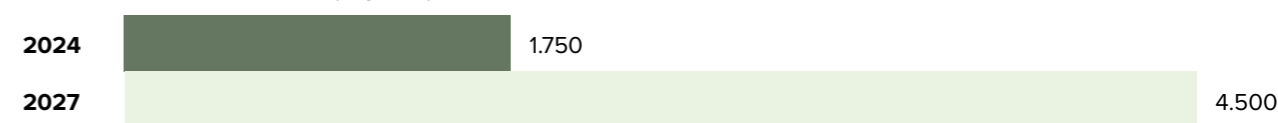
SUPERFICIE TOTALE (in mq.)



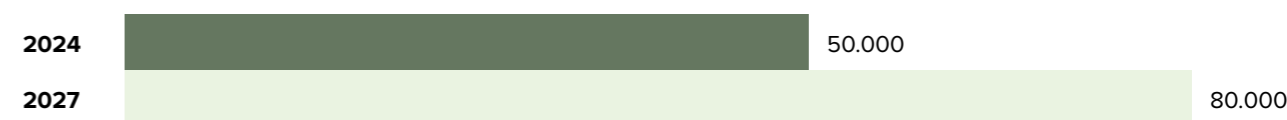
CAPACITÀ DI PRODUZIONE (in litri)



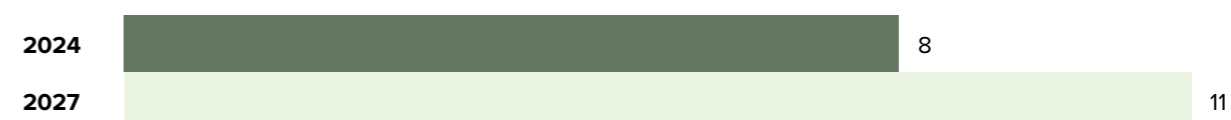
CAPACITÀ DI STOCCAGGIO (in pallet)



CAPACITÀ DI STOCCAGGIO (in tonnellate)



LINEE DI CONFEZIONAMENTO



FATTURATO (in milioni di euro)



EBITDA (in milioni di euro)



Sviluppo futuro

7.2

Obiettivi strategici di sviluppo 2025–2027

Nell'ambito del piano di espansione e crescita sostenibile, Olio Levante ha definito tre obiettivi strategici prioritari, che guideranno l'evoluzione del business nel prossimo triennio. Tali obiettivi riflettono una visione integrata e proiettata verso il futuro, in grado di valorizzare i capitali dell'impresa e di generare impatti positivi, duraturi e condivisi:

- aumento della capacità produttiva;
- strategia green-oriented;
- rafforzamento della brand identity.

7.2.1 Aumento capacità di produzione

Per rispondere in maniera sempre più efficiente all'incremento della domanda, sia sul mercato nazionale che internazionale, Olio Levante ha pianificato un potenziamento significativo della propria capacità produttiva. L'investimento previsto riguarderà sia l'ambito infrastrutturale che quello tecnologico, con l'obiettivo di aumentare i volumi di produzione, migliorare l'efficienza dei processi interni e ottimizzare l'impiego degli asset già disponibili. Questo ampliamento produttivo rappresenta un passaggio strategico fondamentale per sostenere una crescita organica e garantire, nel

tempo, la continuità e puntualità dell'approvvigionamento ai clienti, mantenendo gli alti standard qualitativi che da sempre caratterizzano il marchio. L'adozione di tecnologie avanzate e l'efficientamento delle linee di produzione consentiranno, inoltre, una riduzione dei costi operativi e un maggiore controllo delle performance. Il rafforzamento della capacità produttiva, infine, si inserisce in una visione più ampia di sviluppo sostenibile e resilienza industriale, contribuendo a consolidare il posizionamento di Olio Levante come player di riferimento nel settore oleario italiano ed europeo.

7.2.2 Strategia green-oriented

La transizione verso un modello industriale pienamente sostenibile rappresenta un elemento fondante della visione strategica di Olio Levante. L'azienda è infatti impegnata in un processo di evoluzione che, da una semplice attenzione al rispetto ambientale, si sta strutturando in una strategia green-oriented integrata e sistemica.

Questo percorso si traduce in azioni concrete e misurabili che includono:

- la riduzione dell'impronta ambientale delle attività produttive,
- la diminuzione progressiva dell'utilizzo di materiali plastici lungo tutta la filiera,
- il contenimento delle emissioni di CO₂ attraverso investimenti in tecnologie a basso impatto,
- l'incremento dell'utilizzo di energia proveniente da fonti rinnovabili.

Tale impegno ha l'obiettivo di allineare i processi industriali agli standard più

avanzati in materia ambientale, definiti a livello europeo e internazionale, contribuendo in modo attivo alla lotta contro il cambiamento climatico e promuovendo un'economia circolare ed efficiente.

Attraverso questa visione, Olio Levante intende rafforzare la propria identità come impresa responsabile, capace di coniugare crescita, competitività e attenzione al pianeta, rispondendo così alle aspettative sempre più mature di consumatori, stakeholder e comunità locali.

Rafforzamento della brand identity

7.2.3

Nel corso degli anni, Olio Levante ha costruito una reputazione solida, fondata su valori riconosciuti di qualità, affidabilità e attenzione alla sostenibilità. Tuttavia, in un mercato sempre più competitivo e attento ai valori intangibili del brand, l'identità aziendale può e deve essere ulteriormente valorizzata attraverso azioni mirate di comunicazione, storytelling e posizionamento.

In questo contesto, il piano di espansione produttiva e commerciale rappresenta un'opportunità strategica per consolidare la riconoscibilità del marchio, rafforzare la percezione dei valori distintivi dell'azienda – autenticità, benessere, territorio, innovazione – e accrescere la presenza nei mercati nazionali e internazionali. L'obiettivo è promuovere una crescita armonica e coerente con la mission aziendale, in grado di coniugare la tradizione olearia italiana con l'evoluzione delle esigenze dei consumatori contemporanei.

IL LANCIO DI FENOLIO

Nel 2025, Olio Levante ha presentato Fenolio, un prodotto simbolo della propria evoluzione e della volontà di coniugare benessere, gusto e innovazione. Il nome richiama direttamente i polifenoli, potenti antiossidanti naturalmente presenti nelle olive, ed esprime l'anima salutistica dell'olio.

Fenolio è un Olio Extra Vergine di Oliva ad Alto Contenuto di Polifenoli, nato da un'attenta selezione di cultivar italiane raccolte nella fase di invaiatura e lavorate con tecniche volte a preservarne le eccezionali proprietà nutrizionali. Ogni goccia racchiude la forza della natura, unita a un sapiente know-how tecnologico. Il profilo sensoriale è deciso e armonico, con note di amaro e piccante che

raccontano il ricco patrimonio nutrizionale e aromatico del prodotto.

Pensato per chi adotta uno stile di vita sano e consapevole, Fenolio valorizza ogni preparazione culinaria ed esprime una nuova visione del benessere quotidiano. È un olio autentico, destinato a diventare ambasciatore del made in Italy salutistico.



IL CONTRIBUTO AL PROGETTO OPERA ONFOODS

Olio Levante prende parte al progetto OPERA, uno dei filoni del più ampio partenariato esteso ONFOODS, finanziato dal PNRR per promuovere un sistema alimentare sano, sostenibile e sicuro. L'azienda è coinvolta nello Spoke 4 "Healthy and Sustainable Food Products", e in particolare nel work package WP4.2, dedicato allo sviluppo e alla riformulazione di alimenti funzionali e nutraceutici. In questo contesto, Olio Levante contribuisce attivamente allo studio e

alla sperimentazione di olio extravergine d'oliva ad alto contenuto di composti bioattivi, con proprietà benefiche per la salute. Attraverso la collaborazione con università e centri di ricerca, l'azienda punta a valorizzare le proprie competenze in ambito nutraceutico, tecnologico e sostenibile, rafforzando il legame tra tradizione olearia e innovazione scientifica. Questa partecipazione rappresenta un'opportunità per posizionarsi in prima linea nel panorama della ricerca agroalimentare nazionale

MATRICE DI CONNETTIVITÀ TRA OBIETTIVI STRATEGICI E CAPITALI

	Aumento capacità di produzione	Strategia green-oriented	Rafforzamento della brand identity
Capitale umano	Utilizzo di nuove tecniche di formazione	Educazione ambientale	Sviluppo di identità aziendale e spirito di appartenenza
Capitale finanziario	Operazioni di finanziamento	Ampliamento stabilimento	Investimenti
Capitale materiale e infrastrutturale	Investimenti	Ampliamento stabilimento	Investimenti
Capitale organizzativo	Nuovi strumenti operativi Maggiore efficienza	Ampliamento stabilimento	Nuovi strumenti operativi
Capitale naturale	Politica ambientale	Riduzione consumo di: • Energia • Acqua • Carta <i>Reduce</i> <i>Riuse</i> <i>Recycle</i>	Politica ambientale
Capitale sociale e relazionale		Educazione ambientale Partecipazione a mostre, fiere e convegni	Corporate image Maggiori sbocchi commerciali Maggiore visibilità Partecipazione a mostre, fiere e convegni

ANALISI SWOT

7.3

L'analisi SWOT (acronimo di *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) è uno strumento strategico che consente di valutare in maniera integrata i fattori interni e le dinamiche esterne che influenzano le performance e il posizionamento competitivo di un'organizzazione.

La sua utilità risiede nella capacità di offrire una visione chiara e sintetica del quadro strategico complessivo, mettendo in relazione punti di forza e debolezza (fattori interni) con opportunità e minacce (fattori esterni), al fine di supportare decisioni operative coerenti e consapevoli.

Punti di forza

7.3.1

- **Filiera integrata e diretta:** controllo completo dalla materia prima al confezionamento, sinonimo di qualità, tracciabilità e affidabilità.
- **Posizionamento equilibrato:** capacità di coprire segmenti GDO, horeca e mercati esteri mantenendo un'identità distintiva.
- **Certificazioni e qualità riconosciuta:** ampio ventaglio di certificazioni (BIO, BRC, IFS, Halal, Kosher, JAS) che rafforzano l'affidabilità in ambito nazionale e internazionale.
- **Capacità produttiva e logistica avanzata:** impianti moderni e automatizzati, versatilità nei formati, rapidità di evasione.
- **Presenza internazionale consolidata:** distribuzione in oltre 50 Paesi, con brand in espansione su mercati a elevato valore (Corea, Nord Europa, Canada).
- **Territorialità autentica:** radicamento in Puglia, con forte legame a una regione simbolo dell'olio extravergine di qualità.

Punti di debolezza

7.3.2

- **Comunicazione emozionale ancora limitata:** necessità di rafforzare lo storytelling relazionale e l'identità culturale per connettersi meglio con il pubblico finale.
- **Assenza di una linea iconica:** mancanza di un prodotto "bandiera" altamente distintivo nel segmento GDO.
- **Strategia ESG non ancora completamente espressa:** esistono scelte sostenibili rilevanti, ma non ancora pienamente visibili e strutturate in termini di narrazione e rendicontazione.
- **Presenza debole nel canale e-commerce diretto:** opportunità di crescita sul digitale non ancora del tutto sviluppata.
- **Sovrapposizione di gamma su alcuni formati:** rischio di dispersione percepita in assenza di una chiara segmentazione valoriale tra le linee.

7.3.3

Opportunità

- **Espansione del segmento premium e bio:** crescita della domanda internazionale di oli extravergini certificati, biologici e di alta qualità, soprattutto nei mercati a maggior valore come USA, Nord Europa e Corea del Sud.
- **Sviluppo dell'e-commerce e della vendita diretta:** potenziale di crescita attraverso canali digitali proprietari, con contenuti narrativi e un'esperienza di acquisto personalizzata e disintermediata.
- **Valorizzazione dell'esperienza e del turismo dell'olio:** opportunità di offrire visite in frantoio, degustazioni, eventi e percorsi educativi, rafforzando il legame con il territorio e con il consumatore.
- **Interesse crescente verso filiere tracciabili e sostenibili:** opportunità di valorizzare il controllo diretto e le certificazioni ambientali.
- **Partecipazione a concorsi e premi internazionali:** strumento strategico per consolidare la reputazione nei segmenti top.
- **Accesso a fondi pubblici per innovazione e sostenibilità:** possibilità di ottenere risorse economiche attraverso bandi europei, PNRR e PSR per finanziare progetti legati alla digitalizzazione, all'efficienza produttiva e alla transizione ecologica

7.3.4

Minacce

- **Instabilità climatica e cali produttivi:** aumento della frequenza di eventi estremi (siccità, gelate, ondate di calore, parassiti) che mettono a rischio la continuità e la qualità delle produzioni olivicole, con impatti diretti sui costi e sull'approvvigionamento
- **Concorrenza dei grandi gruppi internazionali:** presenza aggressiva di player globali con elevate capacità di marketing, pricing e distribuzione, che rendono più difficile emergere nel canale GDO e nei mercati esteri
- **Pressione inflattiva su costi e margini:** aumento generalizzato dei costi di energia, trasporti, materie prime e materiali da imballaggio, che riduce la marginalità soprattutto nelle linee più commerciali
- **Rischio di saturazione comunicativa sul green:** diffusione di claim ambientali poco verificabili (greenwashing), che rende più difficile differenziare le aziende realmente impegnate in pratiche sostenibili
- **Inasprimento normativo su sostenibilità ed export:** introduzione progressiva di nuove direttive (es. CSRD, etichettatura ambientale, tracciabilità export) che richiedono adeguamenti strutturali, strumenti di rendicontazione e competenze tecniche specifiche.



I risultati della SWOT Analysis permettono di delineare un quadro delle più rilevanti problematiche riscontrate e delle relative azioni strategiche da mettere in atto per contrastarle.

PIANO OPERATIVO

7.4

Il piano operativo, esposto qui di seguito in maniera sintetica, rappresenta la naturale evoluzione e prosecuzione del percorso strategico già avviato da Olio Levante nel triennio precedente, in coerenza con le attività pianificate e parzialmente realizzate nell'ambito del precedente progetto di marketing e comunicazione. Questo documento si fonda sulla volontà di dare continuità agli indirizzi tracciati, valorizzando quanto costruito sinora, in termini di posizionamento, contenuti, relazioni e strumenti, e allo stesso tempo di introdurre nuovi elementi operativi per accompagnare l'azienda in una fase di

ulteriore consolidamento e apertura verso nuovi mercati e target. Alla luce delle analisi aggiornate (contesto di settore, benchmark competitivi, aggiornamento della matrice SWOT, revisione del marketing mix e ridefinizione dei pubblici) il piano si configura come una risposta organica alle nuove esigenze strategiche di Olio Levante: rafforzare l'identità, consolidare la reputazione, migliorare la relazione con i clienti e potenziare la propria presenza commerciale e comunicativa, in Italia e all'estero.

In particolare, il piano operativo 2025–2028 intende:

- **completare e potenziare le azioni già avviate**, ma non ancora pienamente sviluppate nel ciclo precedente (es. inserimento a scaffale, materiali POP, fidelizzazione, comunicazione di filiera);
- **strutturare e sistematizzare le attività già realizzate**, come la content strategy, il primo evento aziendale e alcune partnership, affinché possano evolvere da iniziative spot a strumenti continuativi;
- **introdurre nuove azioni** coerenti con la crescita dell'impresa, con la nuova configurazione dell'offerta (in particolare la linea bandiera e la futura linea premium) e con i trend emergenti del settore (sostenibilità, trasparenza, digitalizzazione relazionale).

Questo nuovo ciclo si muove secondo una logica di integrazione verticale e orizzontale: da un lato, si assicura coerenza tra obiettivi strategici e operativi; dall'altro, si garantisce la complementarità tra strumenti, linguaggi, canali e target. Il piano si configura quindi come un sistema coerente e modulabile, che tiene insieme marketing, comunicazione, relazione con il cliente, distribuzione e cultura del prodotto.

Tre sono le direttrici principali che guidano l'intero impianto.

1. Rafforzamento

Rafforzare l'identità e il presidio del brand nei mercati già attivi, ottimizzando le attività esistenti e uniformando la comunicazione istituzionale, commerciale e valoriale.

2. Espansione

Introdurre azioni nuove e mirate per aumentare la riconoscibilità e il valore percepito nei confronti di nuovi pubblici, buyer e partner commerciali, con focus sui mercati esteri a maggiore potenziale.

3. Evoluzione culturale

Trasformare il brand da fornitore di prodotto a portatore di significato, attraverso contenuti narrativi, progetti esperienziali e strumenti digitali che raccontino filiera, persone, territorio e sostenibilità.

Tutte le azioni saranno organizzate in una roadmap triennale suddivisa per annualità, che terrà conto del quadro economico, delle risorse interne disponibili e della fattibilità tecnica delle attività. Il principio guida è quello dell'equilibrio tra impatto e sostenibilità operativa, per garantire risultati misurabili, continuità strategica e una gestione ottimizzata dei tempi e degli investimenti.

Il piano si propone, quindi, non solo come strumento operativo, ma come leva evolutiva, capace di rafforzare la reputazione, aumentare il valore percepito dell'impresa e consolidare la sua presenza nei mercati strategici attraverso azioni mirate, integrate e ad alto valore culturale.

Roadmap Anno 2025

7.4.1

1. Ottimizzazione e ampliamento della content strategy

Prosecuzione e sistematizzazione delle attività digitali (piano editoriale, rubriche narrative, materiali multicanale, promozione su maxi LED all'aeroporto Karol Wojtyła di Bari) con focus su storytelling, filiera, sostenibilità e cultura dell'olio.

2. Attivazione del sistema di newsletter

Progettazione e invio di newsletter dedicate a pubblici diversi (GDO, horeca, export, consumatori), con contenuti informativi e valoriali.

3. Potenziamento del sito web e dell'e-commerce

Revisione della struttura e dei contenuti del sito aziendale, incluso l'adeguamento completo alle normative europee sull'accessibilità digitale.

4. Aggiornamento dei materiali tecnico-commerciali

Realizzazione di schede prodotto, cataloghi digitali, presentazioni istituzionali e materiali multilingua a supporto della rete vendita e dei distributori.

5. Organizzazione dell'evento aziendale e partecipazione a fiere di settore

Realizzazione della prima edizione del family day e presenza a fiere di settore nazionali e internazionali.

6. Attivazione di un percorso di allineamento narrativo e storytelling commerciale

Organizzazione di incontri per team interno e forza vendita su missione aziendale, valori e materiali di comunicazione.

7. Progettazione di una linea "bandiera" commerciale

Rilascio della linea rappresentativa di Olio Levante, supportata da strumenti digitali narrativi (QR code, schede sensoriali, storytelling visivo) per rafforzare il presidio commerciale e la riconoscibilità del brand.

8. Definizione strategica e identitaria dei brand aziendali

Strutturazione del posizionamento dei diversi marchi del gruppo Levante, con linee guida e materiali distintivi per ognuno.

9. Progettazione di partnership e co-marketing valoriali

Realizzazione di workshop e incontri con partner strategici per raccogliere feedback, co-disegnare soluzioni, rafforzare la relazione.

10. Avvio di un sistema customer service digitale evoluto

Implementazione di strumenti di contatto diretto (chat, WhatsApp Business), monitoraggio richieste e feedback clienti, integrati con l'AI.

7.4.2

Roadmap Anno 2026

1. Implementazione e consolidamento delle attività avviate

Ottimizzazione delle azioni del primo anno in ottica di coerenza narrativa, rafforzamento canali e performance, con focus su sinergie digitali e presidio integrato dei touchpoint.

2. Produzione di contenuti video e mini-documentari

Creazione di narrazioni visive su frantoio, territorio, persone e prodotti da veicolare su sito, social, eventi e fiere.

3. Progettazione e distribuzione di materiali POP per la GDO

Sviluppo supporti visivi e narrativi per la linea “bandiera” per scaffali e banco, coerenti con l’identità di marca già definita e declinati secondo le linee guida di comunicazione di brand.

4. Sviluppo di box tematici e promozionali

Progettazione di packaging e offerte speciali pensate per occasioni, eventi, horeca e turismo esperienziale.

5. Organizzazione dell’evento aziendale e partecipazione a fiere di settore

Realizzazione della 2^a edizione del family day e presenza attiva alle fiere chiave di settore.

6. Progettazione e lancio di una campagna valoriale su filiera, ESG e sostenibilità

Realizzazione di attività comunicative crossmediali su tracciabilità, qualità certificata, agricoltura sostenibile, con il supporto di contenuti immersivi (es. video narrativi, visual storytelling, format digitali multicanale).

7. Progettazione e lancio di una linea premium esclusiva

Rilascio di una nuova gamma di alto profilo con caratteristiche distintive (packaging d’autore, formati speciali, storytelling sensoriale).

8. Implementazione operativa dei sub-brand

Sviluppo delle identità definite l’anno precedente con declinazioni per packaging, comunicazione, canali e contenuti.

9. Avvio del programma di partnership e co-marketing valoriali

Attivazione di collaborazioni con testimonial (chef, sportivi, attivisti), enti culturali e progetti locali per rafforzare il brand.

10. Potenziamento del sistema DEM e delle attività di marketing automation

Attivazione di flussi automatizzati per gestione newsletter, lancio/promozione prodotti, segmentazione clienti e interazione ricorsiva.

Roadmap Anno 2027

7.4.3

1. Implementazione avanzata e consolidamento delle attività avviate

Perfezionamento degli strumenti e dei processi già attivi, integrando insight e feedback raccolti, per garantire continuità nella comunicazione e nella rete commerciale.

2. Progettazione e lancio di campagne reputazionali e storytelling corporate

Creazione di racconti valoriali su storia aziendale, filiera trasparente, agricoltura etica, packaging e territorio per rafforzare l’identità istituzionale e la brand equity.

3. Avvio di una sezione educativa “Cultura dell’Olio”

Creazione di una piattaforma digitale con contenuti didattici e divulgativi per scuole, professionisti e consumatori: blog, video, podcast, rubriche.

4. Sviluppo di una collana editoriale tematica sulla cultura dell’olio

Rafforzare l’autorevolezza e il valore educativo del brand Levante attraverso la produzione di contenuti editoriali a stampa e digitali, da utilizzare come strumenti culturali, relazionali e promozionali.

5. Organizzazione dell’evento aziendale e partecipazione a fiere di settore

Realizzazione della terza edizione del family day e presidio rafforzato in eventi food/export di rilevanza.

6. Apertura di temporary corner in contesti strategici

Aumentare la visibilità e il contatto diretto con nuovi pubblici attraverso corner temporanei in luoghi ad alta affluenza o affinità con il brand.

7. Lancio di un programma fedeltà e customer care evoluto

Fidelizzare i clienti affezionati e valorizzare l’esperienza post-vendita attraverso un sistema integrato di benefit, riconoscimento e assistenza.

8. Implementazione avanzata di un CRM aziendale

Centralizzazione dei dati clienti, gestione pipeline, assistenza post-vendita e integrazione con sistemi di marketing automation e analisi comportamentale, per ottimizzare le strategie di fidelizzazione e vendita.

9. Sviluppo di pacchetti modulari per mercati horeca e export

Definizione di soluzioni componibili “olio + servizio” per alta ristorazione, turismo e buyer internazionali, in coerenza con la strategia di diversificazione dell’offerta e personalizzazione per segmento di mercato.

10. Attivazione piattaforma B2C geolocalizzata e B2B riservata

Attivazione di una piattaforma digitale integrata B2C geolocalizzata e B2B riservata, per rafforzare la relazione con i clienti e valorizzare il brand.



8. APPENDICE

8

APPENDICE

8.1

Prospetto degli indicatori GRI e ESRS

Il presente prospetto raccoglie e organizza in modo sistematico gli indicatori utilizzati da Olio Levante per il monitoraggio e la rendicontazione delle proprie performance di sostenibilità, secondo i principali standard internazionali: **GRI (Global Reporting Initiative)** e **ESRS (European Sustainability Reporting Standards)**.

Olio Levante ha rendicontato le informazioni citate in questo indice di contenuti per il periodo dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024 utilizzando l'opzione "with reference to" GRI Standards e ESRS Standards

GRI	ESRS	Informazione	Pagina	Omissione/Note
GRI 2		General disclosure – versione 2021		
2-1		Dettagli organizzativi		
2-2	ESRS 1 – 2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	9	
2-3	ESRS 1	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	9	
2-4	ESRS 2	Revisione delle informazioni	9	
2-5		Assurance esterna		Il rapporto integrato di sviluppo sostenibile non è stato assoggettato a revisione da parte di un revisore indipendente
2-6	ESRS 2	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	9	
2-7	ESRS 2 - S1	Dipendenti	126	
2-8	ESRS S1	Lavoratori non dipendenti	126	
2-9	ESRS 2 - G1	Struttura e composizione della governance	36	
2-10		Nomina e selezione del massimo organo di governo	36	
2-11		Presidente del massimo organo di governo	36	
2-12	ESRS 2 - G1	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	36	

2-14	ESRS 2	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	36	
2-15		Conflitti di interesse	36	
2-16	ESRS 2 - G1	Comunicazione delle criticità	36	
2-17	ESRS 2	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	36	
2-18		Valutazione delle performance del massimo organo di governo	36	
2-22	ESRS 2	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	36	
2-26	ESRS S1 - S2 - S3 - S4 - G1	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	36	
2-27	ESRS 2 - S2 - E2 - S1 - G1	Conformità a leggi e regolamenti		Durante l'esercizio 2024 non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti
2-28		Appartenenza ad associazioni	140-141	
2-29	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	95	
2-30	ESRS S1	Contratti collettivi		La società applica CCNL dell'Olearia e Margarinieri

Temati materiali

GRI 3		Temati Materiali – versione 2021	96-98	
3-1	ESRS 2	Processo per la determinazione dei temi materiali	96-98	
3-2	ESRS 2	Lista dei temi materiali	96-98	

Performance economica-finanziaria

GRI 2021: Temi materiali

3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	96-98	
-----	----------------------------	---	-------	--

GRI 2021: Performance economica

201-1		Valore economico generato e distribuito	157	
-------	--	---	-----	--

Etica, compliance e gestione trasparente del business

GRI 2021: Temi materiali

3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	96-98	
-----	----------------------------	---	-------	--

GRI 205: Anticorruzione

205-3	ESRS G1	Casi di corruzione confermati e misure adottate		Durante l'esercizio 2024 non si sono verificati casi di corruzione confermati
GRI 206: Comportamento anti-competitivo				
206-1		Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche		Durante l'esercizio 2024 non si sono verificate azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche
Gestione delle risorse e dei rifiuti				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	137	
GRI 301: Materiali				
301-1	ESRS 5	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	137	
Cambiamento climatico ed efficienza energetica				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	137	
GRI 302: Energia				
302-1	ESRS E1	Consumo di energia interno all'organizzazione	137	
GRI 305: Emissioni				
305-1	ESRS E1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	137	
305-2	ESRS E1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	137	
305-3	ESRS E1	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	137	
Aspetti ESG nella strategia e nella governance aziendale				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	36-96-98	
Emissioni degli uffici e mobility management				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	126	
GRI 302: Energia				

302-1	ESRS E1	Consumo di energia interno all'organizzazione	137	
GRI 305: Emissioni				
305-1	ESRS E1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	137	
305-2	ESRS E1	Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	137	
305-3	ESRS E1	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	137	
Worklife balance e welfare				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	126	
GRI 401: Occupazione				
401-1	ESRS S1	Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti	126	
GRI 404: Formazione e istruzione				
404-3	ESRS S1	Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	126	
Salute e sicurezza				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	126	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro				
403-1	ESRS S1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	126	
403-5	ESRS 1	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	126	
403-9	ESRS 1	Infortuni sul lavoro	126	
Coinvolgimento, formazione e sviluppo dei dipendenti				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	126	

GRI 403: Formazione e istruzione				
404-1	ESRS S1	Ore medie di formazione all'anno per dipendenti	126	
Non discriminazione, diversità e diritti umani				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	126	
GRI 405: Diversità e pari opportunità				
405-1	ESRS 2	Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	126	
GRI 406: Non discriminazione				
406-1	ESRS S1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Non si sono verificati episodi di discriminazione durante l'esercizio 2024
Soddisfazione del cliente e customer experience				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	36	
Gestione dei rischi aziendali e sistemi di controllo e gestione				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	44	
Partnership e rapporti con le istituzioni				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	36	
Data protection e cyber security				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	135	
GRI 418: Privacy dei clienti				
418-1	ESRS S4	Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati		Non si sono registrati reclami relativi a violazione della privacy e alla perdita dei dati dei clienti durante l'esercizio 2024
Supporto allo sviluppo delle comunità locali				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	140	

Gestione responsabile della supply chain				
GRI 2021: Temi materiali				
3-3	ESRS 2 - S1 - S2 - S3 - S4	Modalità di gestione dei temi materiali	26	

8.2 Glossario

Acidità	Indica la percentuale di acido oleico libero presente nell'olio. È un parametro di qualità determinato solo tramite analisi chimica (non percepibile al gusto) e negli oli extravergini deve risultare inferiore allo 0,8% in peso.
Acidi grassi	Costituenti principali dei lipidi (grassi) presenti nell'olio d'oliva. Possono essere saturi (meno salutari, tendono ad accumularsi nelle arterie) oppure insaturi (prevalenti nell'olio EVO, facilmente digeribili e protettivi per cuore e arterie).
Acido oleico	Acido grasso monoinsaturo predominante nell'olio extravergine d'oliva (circa 75% degli acidi grassi totali). Chimicamente ha un solo doppio legame e contribuisce al sapore dell'olio; è noto per i benefici sulla salute cardiovascolare.
Acqua di vegetazione	Liquido di scarto derivante dalla lavorazione delle olive, composto dall'acqua presente naturalmente nel frutto, dalle acque di lavaggio, e dall'acqua generata durante il processo di estrazione. La sua gestione rappresenta una delle sfide ambientali più importanti nella filiera olivicola.
Agricoltura biologica	Metodo di coltivazione che esclude l'uso di pesticidi e fertilizzanti di sintesi, privilegiando pratiche naturali. Negli oliveti biologici si tutela la biodiversità, si usano concimi organici e tecniche sostenibili secondo un disciplinare certificato.
Allegagione	Fase fenologica dell'olivo che segue la fioritura e corrisponde all'allegagione del frutto: il fiore impollinato si trasforma in una giovane oliva, avviando il processo di sviluppo del frutto. La corretta allegagione è fondamentale per garantire un raccolto abbondante.
Amaro	Attributo sensoriale positivo di un olio ottenuto da olive verdi o invaiate. Corrisponde a una percezione di gusto amarognolo, più o meno intensa ma piacevole se equilibrata.
Antiossidanti	Sostanze (come polifenoli e vitamina E) presenti nell'olio EVO che ne proteggono la qualità e apportano benefici alla salute. Gli antiossidanti naturali contrastano i radicali liberi, contribuendo a ridurre il colesterolo "cattivo" e a prevenire malattie cardiovascolari.
Avvinato	Difetto dell'olio che si manifesta tramite odori o sapori evocanti la fermentazione anaerobica: quando olive si deteriorano a causa di umidità o conservazione errata.
Biofenoli	Molecole organiche naturali dalle forti proprietà antiossidanti. Presenti nella frazione non saponificabile dell'olio extravergine, contribuiscono alla stabilità ossidativa dell'olio e apportano benefici alla salute umana.
Biologico (olio)	Olio extravergine ottenuto da agricoltura biologica certificata. È prodotto nel rispetto di standard ambientali rigorosi, senza sostanze chimiche di sintesi, ed è sottoposto a controlli che ne attestano la conformità.
Blend	Miscela di oli extravergini ottenuti da diverse varietà di olive. Il blending serve a creare un prodotto armonico e dalle caratteristiche organolettiche costanti, combinando oli dal profilo "dolce", robusto o delicato secondo le esigenze di gusto del consumatore.
Brucatura	Raccolta manuale delle olive direttamente dalla pianta, eseguita con cura per evitare danni al frutto. In alcune zone d'Italia è conosciuta anche con il termine "mungitura", per la gestualità simile a quella della mungitura del latte.
Caratteristiche Organolettiche	Insieme delle proprietà percepibili tramite i sensi, quali colore, odore, sapore e consistenza. Sono valutate in sede di panel test secondo metodologie codificate e rappresentano parametri fondamentali per la classificazione merceologica dell'olio.

Cultivar	Termine che indica la varietà genetica degli ulivi da cui si ricavano le olive. In Italia esistono centinaia di cultivar, ognuna con caratteristiche produttive e organolettiche specifiche che conferiscono aromi e sapori peculiari all'olio.
Decanter	Macchinario centrifugo utilizzato nel frantoio per l'estrazione a ciclo continuo. Grazie alla forza centrifuga separa il mosto oleoso nelle sue componenti – olio, acqua di vegetazione e sansa – subito dopo la gramolatura.
Difetti sensoriali	Alterazioni organolettiche negative dell'olio causate da errata lavorazione o conservazione. Esempi comuni sono rancido, avvinato, muffa, morchia e riscaldamento. La presenza di difetti sensoriali preclude la classificazione dell'olio come extravergine.
DOP (Denominazione di Origine Protetta)	Certificazione europea di qualità che tutela oli extravergini legati a un territorio specifico. Un olio DOP deve essere ottenuto da olive coltivate e trasformate interamente in una zona geografica delimitata, secondo un disciplinare.
Drupa	Termine botanico che identifica il frutto dell'olivo (come anche pesche, ciliegie ecc.). La drupa dell'olivo è composta da buccia esterna sottile (epicarpo), polpa carnosa ricca di olio (mesocarpo) e nocciolo legnoso interno (endocarpo) che racchiude il seme.
Elaiotecnica	Disciplina tecnica che studia e applica i principi e i processi della produzione dell'olio d'oliva, dalla raccolta delle olive fino all'imbottigliamento. Comprende aspetti agronomici, meccanici e sensoriali.
Estrazione	Fase del processo oleario in cui l'olio viene separato dalla pasta di olive frante. Negli impianti moderni avviene per centrifugazione meccanica (decanter), che divide la pasta nei suoi tre componenti: olio, acqua di vegetazione e sansa.
Estrazione a freddo	Indicazione che l'olio è stato estratto tramite soli processi meccanici a temperatura controllata (inferiore a 27 °C). La "spremitura a freddo" preserva al meglio le qualità organolettiche e nutritive dell'olio, conforme agli standard UE per l'extravergine di alta qualità.
Fermentazione anaerobica	Processo chimico che può causare difetti nell'olio (es. "avvinato"), quando le olive restano troppo a lungo in ambienti chiusi, umidi o mal aerati prima della molitura.
Filiera olivicola	L'insieme delle fasi e degli attori coinvolti nella produzione dell'olio d'oliva, dalla coltivazione delle olive fino alla distribuzione del prodotto finale. Una filiera sostenibile integra pratiche agricole responsabili, trasformazione efficiente in frantoio, confezionamento idoneo e tracciabilità del prodotto lungo tutto il percorso produttivo.
Filtrazione	Operazione finale del processo produttivo che elimina dall'olio neo-estratto le micro-impurità e goccioline d'acqua in sospensione. Il filtraggio rende l'olio limpido e più stabile nel tempo, prolungandone la shelf-life rispetto a un olio non filtrato (che tenderebbe a produrre sedimenti e ad ossidarsi più rapidamente).
Fiscolo	Contenitore circolare e piatto, originariamente in fibra di cocco o nylon, usato nei frantoi tradizionali a pressa. La pasta di olive macinate viene spalmata sui fiscoli, impilati poi sotto la pressa meccanica per estrarre il mosto (olio + acqua); se i fiscoli non sono puliti possono conferire difetti all'olio.
Frangitura (o Molitura)	Prima fase di lavorazione delle olive dopo la pulizia, in cui le drupe vengono frantumate per ottenere la pasta oleosa. Può essere effettuata con molazze (ruote di pietra) nel metodo tradizionale o con frangitori meccanici (a martelli, dischi o coltelli) nei frantoi moderni; una frangitura efficace favorisce la liberazione degli aromi che caratterizzeranno l'olio.

Frantoio	Il luogo/impianto dove avviene la molitura delle olive e l'estrazione dell'olio. Può operare a ciclo discontinuo (sistema tradizionale con molazze e presse) oppure a ciclo continuo moderno, in cui un'unica linea automatizzata esegue frangitura, gramolatura, centrifugazione e filtraggio. Gli impianti continui con decanter permettono un processo più igienico e rapido, separando immediatamente sansa, acqua di vegetazione e olio.
Frazione saponificabile	Componente dell'olio extravergine di oliva che rappresenta circa il 98% della sua composizione. È costituita principalmente da acidi grassi, in particolare acido oleico, ed è responsabile delle caratteristiche nutrizionali e della consistenza del prodotto.
Frazione non saponificabile	Componente minore dell'olio extravergine, pari a circa il 2% del totale, ma di grande importanza per le proprietà salutistiche. Include composti bioattivi come squalene, fitosteroli, betacarotene, polifenoli, oleuropeina e oleocantale, con azione antiossidante e protettiva.
Fruttato	Termine che descrive il profumo e sapore che ricordano il frutto fresco dell'oliva sana. È un attributo positivo fondamentale: un olio extravergine, per legge, deve presentare un note di fruttato percepibile (aroma di oliva/erba/vegetali freschi), indice di olive di buona qualità e corretto processo.
Gramolatura	Fase successiva alla frangitura, in cui la pasta di olive viene rimescolata lentamente in apposite vasche (gramole). Questo processo (20–40 minuti circa) permette alle micro-goccioline d'olio di coalescere separandosi dall'acqua di vegetazione; va condotto a temperatura controllata e con esposizione limitata all'aria, per bilanciare resa e qualità (tempi o temperature eccessivi favoriscono l'ossidazione a scapito degli aromi).
IGP (Indicazione Geografica Protetta)	Certificazione UE che attesta il legame di un olio con un certo territorio, con requisiti leggermente meno stringenti rispetto alla DOP. Per un olio IGP è sufficiente che almeno una fase produttiva (coltivazione, trasformazione o confezionamento) avvenga nell'area geografica designata, pur dovendone rispettare standard di qualità e tradizione.
Impollinazione	Fase cruciale del ciclo riproduttivo dell'olivo, durante la quale avviene il trasferimento del polline dagli organi maschili a quelli femminili del fiore, rendendo possibile la fecondazione e quindi la formazione del frutto.
Invaiaura	Stadio di maturazione dell'oliva in cui il frutto cambia colore dal verde al viola scuro o nero. Segna l'inizio della fase di maturazione finale (degradazione della clorofilla e accumulo di antociani) e indica il periodo ottimale per la raccolta, prima che le olive diventino troppo mature.
Irrancidimento	Alterazione ossidativa dell'olio causata da esposizione all'aria, alla luce o al calore, con formazione di composti secondari che generano odori e sapori sgradevoli, comunemente descritti come "rancido". Compromette la qualità e la commestibilità del prodotto.
Lampante (olio)	Olio di oliva vergine di qualità così bassa da non essere commestibile tal quale. Presenta difetti organolettici marcati (mediana difetti elevata, fruttato assente) e acidità libera superiore al 2%. Deve essere sottoposto a raffinazione industriale per essere deacidificato, decolorato e deodorizzato prima di poter essere miscelato e commercializzato come olio di oliva comune.
Lotta integrata	Strategia di difesa fitosanitaria che integra diverse tecniche per il controllo dei parassiti e delle malattie dell'olivo, minimizzando l'uso di agrofarmaci chimici. Comprende metodi agronomici (scelta di cultivar resistenti, potature appropriate), biologici (utilizzo di insetti utili, trappole) e, solo se necessario, trattamenti chimici mirati.
Molazza	Macchinario tradizionale per la frangitura delle olive, costituito da una vasca circolare e da una a quattro ruote in pietra che ruotano schiacciando le olive. Utilizzata nei frantoi a ciclo discontinuo, è simbolo della produzione olearia artigianale.

Monocultivar	Detto anche monovarietale, è un olio extravergine ottenuto da un'unica varietà di olive. Questo tipo di olio esprime in purezza le caratteristiche organolettiche della specifica cultivar impiegata (ad esempio Coratina, Taggiasca, Nocellara del Belice, ecc.), risultando in profili sensoriali distinti e tipici.
Morchia	Difetto organolettico dell'olio dovuto alla permanenza a contatto con i sedimenti (fanghi di decantazione). Tipico degli oli non filtrati, che sviluppano una posa visibile sul fondo della bottiglia dopo qualche mese, causando odori e sapori sgradevoli.
Mosca	Difetto sensoriale provocato dalla presenza della mosca olearia (<i>Bactrocera oleae</i>), insetto che depone le uova nelle olive. Le larve danneggiano i frutti, causando fermentazioni anomale che si riflettono nel gusto dell'olio, conferendogli note sgradevoli.
Mosto (pasta di oliva)	Miscela ottenuta dalla frangitura delle olive, composta da olio, acqua di vegetazione e parti solide (buccia, polpa e frammenti di nocciolo). È la sostanza di partenza che, tramite gramolatura e successiva estrazione, darà origine all'olio extravergine di oliva.
Novello (olio)	Extravergine ottenuto dalle primissime olive della nuova campagna olearia, generalmente subito dopo la molitura autunnale. L'olio novello è spesso non filtrato e appare torbido; ha un gusto vivace e fragrante, con note erbacee pronunciate, ed è molto apprezzato per il consumo a crudo nei mesi immediatamente successivi alla spremitura.
Olio extravergine di oliva (EVO)	Categoria merceologica di massimo pregio. È definito per legge come l'olio di oliva di categoria superiore estratto direttamente dalle olive esclusivamente mediante processi meccanici, che presenta acidità libera (espressa in acido oleico) non superiore a 0,8 g per 100 g e assenza di difetti sensoriali, con presenza di fruttato di oliva.
Olio vergine di oliva	Olio ottenuto, come l'extravergine, direttamente dalle olive tramite soli procedimenti meccanici, ma di qualità inferiore. Può presentare lievi difetti organolettici (mediana dei difetti <3,5) e un'acidità libera fino a 2 g per 100 g. Rientra comunque tra gli oli commestibili, sebbene meno pregiato rispetto all'extravergine.
Olio di oliva	Denominazione commerciale dell'olio ottenuto da un blend di olio di oliva raffinato e olio vergine. È un prodotto di qualità ordinaria: l'olio lampante viene sottoposto a raffinazione (processi chimico-fisici che eliminano acidità, odori e difetti) e poi "tagliato" con una piccola percentuale di olio vergine per recuperare colore e sapore. Ha acidità <1% e costituisce la comune categoria venduta semplicemente come "olio di oliva".
Olio di sansa di oliva	Olio ottenuto dal residuo solido della lavorazione (sansa) attraverso processi di estrazione con solventi e successiva raffinazione. Il prodotto finale, miscelato con una frazione di olio vergine, è commercializzato come olio di sansa di oliva. Ha caratteristiche organolettiche neutre ed è utilizzato principalmente per uso alimentare in cottura o per uso industriale.
Olivaggio	Termine che indica la composizione varietale di un olio extravergine di oliva. Può trattarsi di un olio monovarietale, se ottenuto da una singola cultivar, oppure plurivarietale, se derivato da più varietà di olive combinate tra loro.
Olivicoltore	Figura professionale che coltiva gli ulivi e cura l'intero ciclo produttivo delle olive. Assume un ruolo centrale nella filiera olivicola, spesso affrontando incertezze legate al clima, alle malattie o al mercato, con margini economici non sempre adeguati all'impegno profuso.
Olivicoltura	La pratica agronomica della coltivazione degli ulivi (<i>Olea europaea</i>) per la produzione di olive da olio o da mensa. Comprende tutte le operazioni colturali (impianto e gestione dell'oliveto, potatura, difesa fitosanitaria, raccolta) finalizzate ad ottenere frutti sani e di qualità. L'olivicoltura è parte integrante della tradizione agricola mediterranea e può essere condotta in forma intensiva, tradizionale o biologica.

Packaging	Il confezionamento e imballaggio dell'olio, con implicazioni di qualità e sostenibilità. I contenitori più diffusi sono le bottiglie di vetro scuro (che proteggono l'olio dalla luce), le latte in metallo per volumi maggiori e i moderni bag-in-box (sacca sottovuoto in scatola di cartone con rubinetto) che preservano l'olio da aria e luce e riducono il rischio di rotture.
Panel di assaggio	Gruppo di degustatori professionisti che eseguono l'analisi sensoriale di un olio vergine o extravergine, operando in condizioni standardizzate. Attraverso l'uso di apposite cabine e calici codificati, valutano i pregi e i difetti dell'olio secondo parametri riconosciuti a livello internazionale.
Panel test (analisi sensoriale)	Esame organolettico ufficiale dell'olio di oliva svolto da un gruppo (panel) di assaggiatori professionisti addestrati. In condizioni controllate (cabine isolate, calici blu, temperatura standard), i valutatori degustano individualmente l'olio e ne quantificano attributi positivi (fruttato, amaro, piccante) e l'eventuale presenza di difetti. I risultati statistici del panel test, uniti alle analisi chimiche di laboratorio (acidità, numero di perossidi, polifenoli, ecc.), determinano la categoria merceologica dell'olio.
Perossidi	Parametro chimico che misura il grado di ossidazione iniziale di un olio (numero di perossidi, espresso in meq O ₂ /kg). Un valore basso di perossidi indica un olio fresco e ben conservato, mentre valori alti segnalano degrado ossidativo.
Piccante	Detta anche pungenza, è la sensazione tattile pungente (simile a un pizzicore in gola) tipica degli oli extravergini ricchi di antiossidanti. È considerata un attributo positivo, spesso presente negli oli da olive precoci e correlata all'alta concentrazione di polifenoli (come l'oleocantale, responsabile del piccante e noto per effetti antinfiammatori).
Polifenoli	Famiglia di composti bioattivi presenti nell'olio extravergine, derivati dal metabolismo dell'oliva (es. oleuropeina, oleocantale, tirosolo ecc.). I polifenoli sono antiossidanti naturali fondamentali sia per la stabilità dell'olio – ne ritardano l'irrancidimento proteggendolo dall'ossidazione – sia per la salute umana (hanno effetti antinfiammatori e protettivi sul sistema cardiovascolare). Un elevato contenuto di polifenoli contribuisce al sapore amaro-piccante dell'olio di qualità e può consentire di apporre in etichetta il claim salutistico approvato dall'EFSA sui polifenoli dell'olio d'oliva.
Potatura	Intervento agronomico periodico sugli ulivi per regolare forma e produttività della chioma. Una potatura appropriata migliora l'esposizione alla luce e l'aerazione all'interno dell'albero, favorendo una produzione costante di olive di qualità. Può essere eseguita manualmente (con forbici e seghetti) o meccanicamente, e genera residui legnosi spesso reimpiegati come biomassa o ammendante nel terreno.
Pressatura	Fase dell'estrazione tradizionale dell'olio che prevede la separazione del mosto oleoso dalla sansa mediante l'applicazione di pressione sulla pasta di olive gramolata, utilizzando una pressa idraulica. È tipica dei frantoi a ciclo discontinuo.
Raccolta	Fase cruciale in cui le olive vengono prelevate dall'albero al giusto grado di maturazione (generalmente tra invaiatura e completa maturità) per avviarle alla molitura. Può avvenire manualmente (brucatura a mano o con piccoli rastrelli, che salvaguarda l'integrità dei frutti) oppure meccanicamente (con scuotitori del tronco o bacchiatura usando aste che fanno cadere le olive su teli). Una raccolta tempestiva e corretta evita fermentazioni indesiderate e preserva la qualità dell'olio.
Rancido	Difetto olfattivo e gustativo causato dall'ossidazione dell'olio, favorita da esposizione prolungata a luce, calore o ossigeno. Si manifesta con un odore pungente e sgradevole, tipico di un olio degradato o conservato oltre il periodo consigliato di 18 mesi.
Riscaldamento	Difetto derivante da processi fermentativi che avvengono quando le olive vengono conservate troppo a lungo prima della molitura. È associato allo sviluppo di microrganismi anaerobi come Clostridium e Pseudomonas, che producono odori anomali e sgradevoli.

Sansa	La parte solida residua che rimane dopo l'estrazione dell'olio, composta da buccia, polpa fibrosa e frammenti di nocciolo delle olive. La sansa, pur contenendo ancora una frazione di olio (estratto poi come olio di sansa tramite solvente), viene valorizzata in un'ottica di economia circolare: può essere impiegata come biomassa combustibile, per produrre biogas o come ammendante agricolo ricco di sostanza organica.
Strippaggio	Tecnica di degustazione impiegata dai sommelier dell'olio per amplificare le sensazioni olfattive e gustative. Consiste nell'aspirare ripetutamente un filo d'aria attraverso l'olio tenuto in bocca, a denti serrati, in modo da nebulizzarlo e sprigionare aromi e retrogusti: così facendo l'assaggiatore percepisce meglio le note di fruttato, le sensazioni di amaro e piccante e gli aromi retro-olfattivi.
Tappo anti-rabbocco	Dispositivo di chiusura non removibile obbligatorio per legge sulle bottiglie di olio servite nella ristorazione. È concepito in modo tale da permettere la fuoriuscita dell'olio ma impedire il riempimento fraudolento del contenitore una volta esaurito il contenuto originario. Questo accorgimento garantisce che l'olio presentato al consumatore (ad es. al ristorante) non venga adulterato o sostituito, tutelando sia la qualità del prodotto sia il produttore autentico.
Tracciabilità	La capacità di ricostruire e seguire il percorso di un olio attraverso tutte le fasi della produzione e distribuzione, "dal campo alla tavola". Un efficace sistema di tracciabilità documenta l'origine delle olive, il frantoio di lavorazione, i lotti di confezionamento e i controlli di qualità, fornendo al consumatore informazioni trasparenti e garantendo l'autenticità del prodotto.
Ulivo	Albero da frutto sempreverde tipico del Mediterraneo, scientificamente Olea europaea. È caratterizzato da una straordinaria longevità (può vivere per centinaia d'anni) e da un legno duro e contorto; presenta foglie coriacee verdi-grigie e produce drupe (olive) dall'elevato contenuto oleoso. La coltivazione dell'ulivo ha significati economici, paesaggistici e culturali profondi nelle regioni olivicole, dove spesso rappresenta un simbolo identitario.
Vitamina E	Micronutriente liposolubile (tocoferolo) naturalmente presente in abbondanza nell'olio extravergine. In media 100 g di EVO contengono circa 22 mg di vitamina E, potente antiossidante che protegge le cellule dall'invecchiamento ossidativo. La vitamina E contribuisce alla stabilità dell'olio stesso e, nella dieta, favorisce la protezione dei lipidi ematici dallo stress ossidativo (beneficio riconosciuto nei claim nutrizionali europei).
Xylella fastidiosa	Batterio fitopatogeno che attacca gli ulivi causando la sindrome del disseccamento rapido dell'olivo. Il microorganismo colonizza i vasi conduttori della linfa (xilema), formando blocchi che interrompono il flusso di acqua e nutrienti. La Xylella, diffusa dal 2013 in alcune regioni olivicole (specie in Puglia), ha provocato la morte di milioni di piante ed è considerata una grave minaccia per la sostenibilità ambientale ed economica dell'olivicoltura in tali aree.

8.3 Contatti



OLIO LEVANTE s.r.l.

Via Barletta, 238 – 76123 Andria (BT)

Tel: +39 0833 595149

E-mail: info@levante.it

www.levante.it

