

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E POLITICHE

**Corso di Laurea Magistrale in
ECONOMIA E POLITICHE DEL TERRITORIO E DELL'IMPRESA**

ANNO ACCADEMICO 2022/2023

**TESI DI LAUREA
LA FILIERA OLIVICOLA PUGLIESE TRA INNOVAZIONE,
INTEGRAZIONE PRODUTTIVA E QUALITÀ:
IL CASO "TENUTE ALLEGRETTI"**

DOCENTE RELATORE: Prof. Dario Antonino Musolino

**STUDENTESSA: 21 G01 322
Eleonora Tangeri**

Indice

Introduzione	1
Capitolo 1. La filiera italiana dell'olio di oliva	3
1.1. Le caratteristiche della filiera olivicola italiana	4
1.2. La struttura del settore: la fase agricola	10
1.3. La struttura del settore: la fase industriale	21
1.4. La domanda nazionale, internazionale e gli scambi	23
Capitolo 2. La regione Puglia nei sistemi olivicoli	30
2.1. La Puglia in cifre	30
2.2. L'olivicoltura pugliese	41
Capitolo 3. Il caso studio "Tenute Allegretti"	53
3.1. La storia	54
3.2. La filiera corta: le fasi produttive	58
3.3. La filiera corta: la commercializzazione	63
3.4. Diversificazione	70
3.5. Le possibili strategie di crescita	72
Conclusioni	77
Sitografia	79

Introduzione

Alla base di questo elaborato vi è lo studio e l'analisi della filiera olivicola italiana, la sua evoluzione nel corso degli ultimi decenni e i recenti sviluppi connessi ai drastici eventi che hanno colpito il settore e, più nello specifico, le regioni del Mezzogiorno d'Italia. Un'attenzione particolare è dedicata alla filiera dell'olio pugliese che, oltre ad essere rappresentativa della situazione nelle altre regioni meridionali, offre numerosi spunti di riflessione e analisi.

Le motivazioni che mi hanno spinto ad approfondire tale tema risiedono proprio nella posizione della Puglia, che oltre ad essere la mia regione natale, è anche un territorio ricco di potenzialità ma che necessita ancora di adeguate strategie di valorizzazione. Per di più, durante il corso di Scenari economici sostenuto dal professor Dario Musolino, e nell'ambito di un lavoro di approfondimento proprio sull'olivicoltura, ho potuto constatare l'esigenza e il bisogno della Puglia, e più in generale delle regioni del Sud, di un bacino di competenze e di una programmazione strutturata per poter eccellere in maniera indipendente nei settori strategici e cercare, per quanto possibile, di appianare quelle storiche differenze tra il Nord e il Sud del Paese.

L'obiettivo di questa tesi di laurea è dunque quello di fornire un'analisi dei dati riguardanti la filiera olivicola in Italia, mettendone in evidenza le peculiarità regionali, al fine di valorizzare il lavoro delle persone coinvolte, il prodotto finito e il luogo di provenienza sui mercati nazionali ed internazionali.

La tesi si articola in tre capitoli: nel primo capitolo vengono anzitutto presentate le caratteristiche intrinseche dell'olivicoltura in Italia, individuando, fra i vari parametri, le principali aree di coltivazione dell'olivo, la diffusione dei frantoi lungo la penisola e le quantità di olio vergine ed extravergine d'oliva prodotte. Inoltre, studiando in maniera approfondita anche la struttura del settore, emergono i punti di forza e di debolezza della fase agricola e della fase industriale. Infine, dalle analisi sulla domanda nazionale ed internazionale, l'Italia si distingue per essere il primo Paese

importatore al mondo ed il secondo esportatore. Dopo aver individuato la Toscana come regione italiana leader nelle esportazioni di olio d'oliva, il secondo capitolo si concentrerà sulla posizione della Puglia, una delle regioni più forti, assieme a Calabria e Sicilia, nella produzione di olio d'oliva. Pertanto, si indagherà inizialmente sul contesto sociale ed economico della regione, e successivamente sulle potenzialità e sulle fragilità dell'olivicoltura pugliese. Il terzo ed ultimo capitolo, invece, riporta la storia di uno straordinario caso di successo pugliese, Tenute Allegretti, proposto come modello di crescita e di svolta per tutte le aziende agricole olivicole del Mezzogiorno. Grazie a questo lavoro di analisi, sarà possibile notare nelle conclusioni che la Puglia offre numerose possibilità di crescita e miglioramento, tra cui l'olivicoltura che, se opportunamente e adeguatamente pianificata, potrebbe apportare molteplici benefici alle aziende agricole e al territorio stesso.

Capitolo 1. La filiera italiana dell'olio di oliva

Con ben 58 siti Unesco, l'Italia detiene il primato nella lista dei patrimoni dell'umanità grazie alle numerose opere architettoniche, alle particolari formazioni geologiche ed agli incantevoli paesaggi culturali sparsi su tutta la penisola. Sebbene gli olivi non rientrino nella suddetta lista, la loro presenza secolare e/o millenaria contraddistingue il paesaggio e la cultura italiana e, più in generale, quella del Mediterraneo poiché ancor'oggi rivestono un ruolo fondamentale nella vita e nell'economia di molti paesi. Più in generale, è possibile affermare che l'olivicoltura ha sempre avuto una rilevanza strategica non solo per l'Italia ma per tutto il globo in quanto il prodotto finito, l'olio extra-vergine d'oliva, è un alimento altamente energetico ed è in assoluto il miglior condimento per qualsiasi pietanza, nonché il condimento per eccellenza declamato dalla Dieta mediterranea. Infatti, la figura sottostante che ritrae il processo di raccolta della materia prima, le olive, è stata scelta come immagine di copertina nella sezione dedicata alla Dieta mediterranea sul sito web del Patrimonio immateriale dell'Unesco.

Figura 1.1 - La dieta mediterranea



Fonte: unesco.it

Come ormai noto dal 2010, anno in cui fu approvata l'iscrizione nella Lista dei Beni Immateriale, tale regime alimentare

è molto più di un semplice elenco di alimenti o una tabella nutrizionale. È uno stile di vita che comprende una serie di competenze, conoscenze, rituali, simboli e tradizioni concernenti la

coltivazione, la raccolta, la pesca, l'allevamento, la conservazione, la cucina e soprattutto la condivisione e il consumo di cibo.¹

Ed è proprio all'interno di questo insieme di competenze, conoscenze e tradizioni che il settore olivicolo italiano si rispecchia e si riconosce, ponendosi come sinonimo di stagionalità, rispetto, cura e dedizione per la natura, nonché di comunità e socialità. Inoltre, l'importanza dell'olivicoltura italiana deriva anche dalla posizione occupata nella scena internazionale: insieme alla Spagna, la Grecia e la Tunisia, l'Italia è uno dei maggiori player del bacino del Mediterraneo. Infatti, come afferma il professore Carlo Gaudio, presidente del CREA (Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria), in un comunicato stampa del 6 aprile 2022 "la nostra produzione incide per il 15% - 18% su quella globale, siamo il secondo esportatore (dopo la Spagna) e il primo importatore di olio, in quanto primi consumatori al mondo di quello che è il condimento principe della dieta mediterranea e della cucina italiana". Pertanto, oltre ad essere un simbolo identitario del nostro Bel Paese in quanto dà vita ad uno dei tanti prodotti marchiati 'Made in Italy', la filiera olivicola italiana possiede tutte le potenzialità per porsi come settore strategico che, se opportunamente organizzato, potrebbe portare benefici economici e sociali alle comunità coltivatrici e, più in generale, a tutta la penisola italiana.

1.1. Le caratteristiche della filiera olivicola italiana

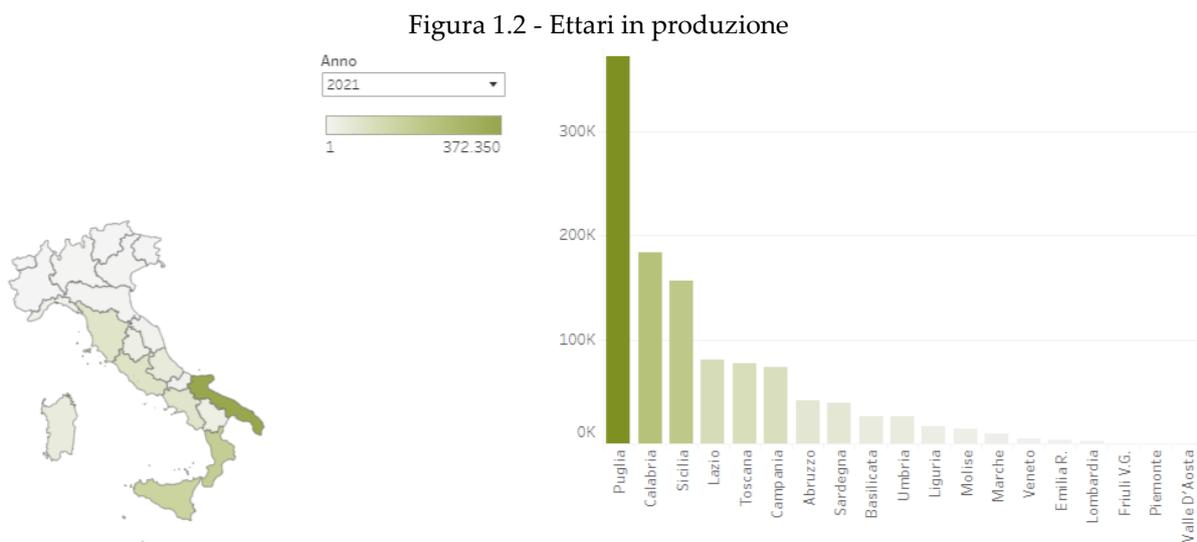
Come già affermato in precedenza, il settore oggetto del presente elaborato è di rilevante importanza per via dell'elevata incidenza dello stesso sull'economia nazionale. Pertanto, per meglio comprendere le dinamiche che lo riguardano, i suoi punti di forza e debolezza, risulta opportuno effettuare un'analisi puntuale delle sue caratteristiche intrinseche. L'obiettivo di questo capitolo è, infatti, quello di

¹ "Dieta mediterranea", Unesco, "online", <<https://www.unesco.it/it/patrimonioimmateriale/detail/384>>, ultima consultazione: 14 aprile 2023.

approfondire le peculiarità della filiera olivicola italiana, nonché del così detto “oro verde”: l’olio vergine ed extra vergine di oliva.

In primo luogo, è necessario conoscere il territorio, le principali zone di coltivazione e le quantità di superfici dedicate a tale coltura.

Secondo le elaborazioni di ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) sui dati Istat, nel 2021, su 1.156.344 ettari di superficie totale di oliveti, 1.128.995 ettari sono stati dedicati alla produzione di olive da tavola e da olio. Tale superficie in produzione è prevalentemente concentrata nelle regioni del Mezzogiorno; infatti, come si può notare dal grafico sottostante, la regione Puglia detiene il primato nazionale per ettari di superficie in produzione - 372.350 ettari - seguita dalla Calabria e dalla Sicilia con rispettivamente 183.738 e 156.941 ettari.



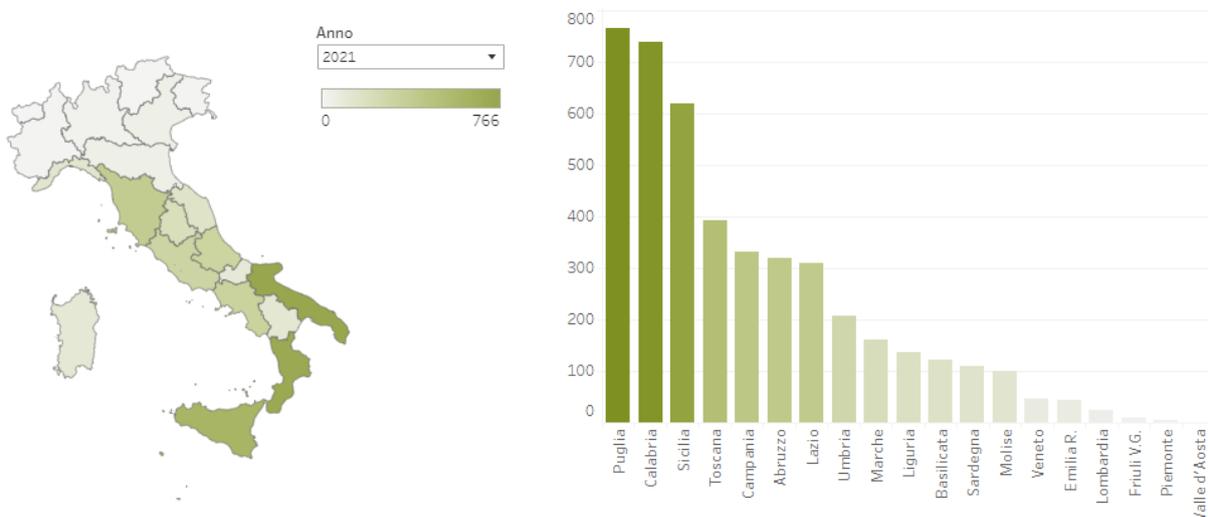
Fonte: ismeamercati.it

Il primato della Puglia non rappresenta assolutamente un dato scontato se si considera il susseguirsi di eventi sfavorevoli che hanno impattato negativamente il settore negli ultimi anni: a partire dall’epidemia del batterio “Xylella fastidiosa” che si è diffusa - e che continua a diffondersi - distruggendo milioni di piante, fino alle avverse condizioni atmosferiche, come per esempio la siccità.

Oltre che per la sua estensione, la superficie italiana in produzione si contraddistingue anche per il ricco patrimonio varietale che conta 583 cultivar, le quali costituiscono circa il 40% di quelle conosciute a livello mondiale. Tale varietà di ecosistemi naturali permette all'olio extravergine d'oliva italiano di avere il più alto tasso di biodiversità olivicola al mondo.

Il secondo aspetto significativo da tenere in considerazione è la diffusione dei frantoi sul territorio nazionale in quanto sono il luogo dove vengono portate le olive destinate alla produzione di olio e nel quale si svolgono tutti i rispettivi processi di lavorazione. Secondo i dati raccolti da Ismea, il numero di frantoi attivi, nel 2021 in Italia, ammontava complessivamente a 4.448. Al fine di comprendere la significatività di tale cifra, sorge spontaneo il confronto con la Spagna - principale competitor italiano - dove si contano circa 1.700 frantoi. Questo determina che il rapporto tra quantità prodotta e numero di impianti è nettamente superiore in Spagna. Tuttavia, la notevole distribuzione dei frantoi sul territorio italiano, nonché la loro vicinanza al luogo di coltivazione potrebbe costituire un punto di forza nella produzione di olio di elevata qualità. Ciò sarebbe possibile in quanto il fattore vicinanza garantisce, teoricamente, la molitura entro le 24 ore dalla raccolta, un passaggio essenziale che assicura parametri qualitativi dell'olio elevati.

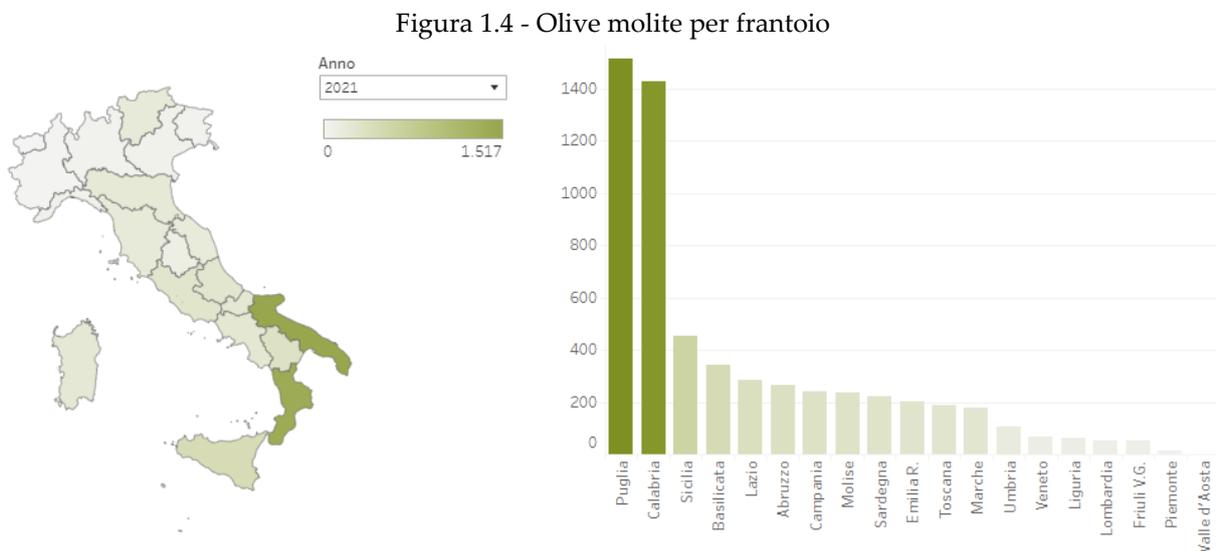
Figura 1.3 - Classifica delle regioni italiane in rapporto al numero di frantoi



Fonte: ismeamercati.it

La figura in alto riporta la distribuzione regionale italiana dei frantoi nel 2021. Le regioni sul podio erano, ancora una volta, Puglia, Calabria e Sicilia con relativamente 766, 739 e 618 frantoi attivi. Tuttavia, in questa classifica emerge anche la regione Toscana con i suoi 393 frantoi; in più, la sua produttività non è da sottovalutare in quanto, unitamente a Puglia, Calabria e Sicilia, costituisce una delle regioni italiane più rappresentative per produzione di olio d'oliva.

Inoltre, le tre regioni del Mezzogiorno si classificano ai primi posti anche per tonnellate di olive molite per frantoio (Puglia: 1.517 t; Calabria: 1.430 t; Sicilia: 455 t), lasciando all'undicesimo posto la Toscana con 190 tonnellate.



Fonte: ismeamercati.it

Persino questo dato risulta essere significativo in quanto la molitura è una fase fondamentale della produzione e consiste in un processo meccanico nel quale le olive vengono compresse per far fuoriuscire l'olio grezzo.

Sulla base dei dati appena studiati, è facilmente intuibile che le stesse regioni ottengano ottimi risultati anche analizzando la produzione in volume di olio: infatti, la Calabria si classifica al primo posto con 180.038 tonnellate, seguita dalla Puglia con 177.407 tonnellate e dalla Sicilia con 38.870 tonnellate.

Tale primato calabro potrebbe esser spiegato dalla resa. La resa è infatti legata all'olio estratto in fase di lavorazione al frantoio; è quindi l'olio presente nei singoli frutti e dipende principalmente dalla varietà delle olive, dall'andamento climatico (quanto e quando è piovuto) e dalle caratteristiche peculiari del frantoio dove avviene la lavorazione. In altre parole, la resa è un indice di produttività che corrisponde a un valore percentuale ottenuto dal rapporto tra la quantità di litri di olio prodotti da 100kg di olive. Si può quindi supporre che la Calabria abbia la resa migliore delle olive in olio.

In terzo luogo, si andranno ad esaminare gli impatti economici della filiera, in particolare il valore della produzione a prezzi correnti e l'incidenza di tale valore su quello della produzione regionale.

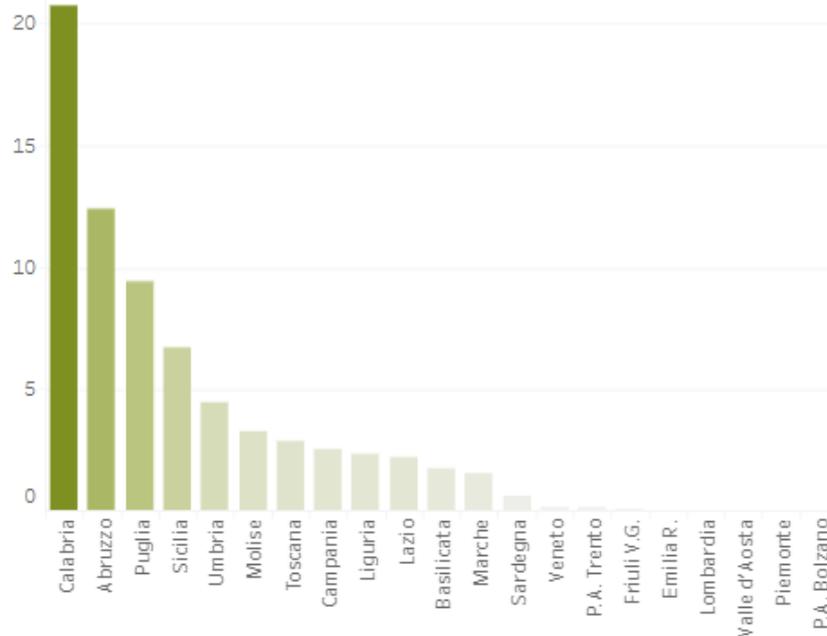
Per quanto riguarda il primo parametro di analisi sopra citato, le tre regioni del Mezzogiorno si piazzano nuovamente ai primi posti: il valore della produzione pugliese ammonta a 404.021 migliaia di euro, quello calabrese a 387.340 migliaia di euro e la Sicilia si piazza al terzo posto con un valore pari a 289.116 migliaia di euro. In quest'analisi emergono anche le produzioni delle regioni Abruzzo (171.804 migliaia di euro), Campania (81.679 migliaia di euro) e Toscana (69.552 migliaia di euro), come riportato nel grafico sotto.



Fonte: ismeamercati.it

Ciononostante, analizzando l'incidenza di tale valore su quello della produzione regionale emerge che in Calabria si ha una rilevanza nettamente superiore rispetto alle altre regioni italiane. Il grafico sottostante, infatti, riporta i dati del 2021, secondo cui l'impatto calabrese è pari al 20,7%.

Figura 1.6 - Incidenza sul valore della produzione regionale



Fonte: ismeamercati.it

Sorprendentemente al secondo posto, in Abruzzo l'incidenza sul valore della produzione regionale è pari al 12,4%, maggiore persino rispetto a quella pugliese che è uguale al 9,5%.

Sulla base di questi risultati, è possibile ipotizzare che la Calabria sia una regione altamente specializzata nella produzione di olio d'oliva e che buona parte della sua economia regionale dipenda dalla filiera olivicola. La medesima ipotesi potrebbe risultare valida anche per l'Abruzzo, considerando che nelle analisi precedenti occupava una posizione discreta e non di particolare rilevanza. Il valore dell'incidenza pugliese, invece, potrebbe esser spiegato da una maggiore diversificazione dell'economia regionale: pertanto, seppur altamente competitiva nella produzione di

olive ed olio, la Puglia potrebbe vantare della presenza di altri settori con un'incidenza maggiore come, per esempio, il turismo.

In definitiva, è possibile affermare che gran parte della filiera olivicola è concentrata maggiormente nelle regioni del Sud Italia e del Centro e che tale produzione oltre ad essere un tratto distintivo delle comunità regionali, è anche un'importante fonte economica che, con le opportune strategie, può crescere sempre più.

1.2. La struttura del settore: la fase agricola

Dopo aver effettuato un'analisi tecnica della filiera nel suo complesso e aver individuato le principali aree geografiche italiane che si dedicano maggiormente alla coltivazione e produzione di olio d'oliva, l'attuale paragrafo si concentrerà sul cuore pulsante del settore in esame: le imprese olivicole. Sulla base della posizione che occupano all'interno della catena produttiva, è possibile distinguere le imprese che operano nella fase agricola e quelle che operano nella fase industriale; quest'ultima comprende anche le fasi di prima e seconda trasformazione della materia prima in prodotto finito. Affinché queste trasformazioni avvengano, è fondamentale il lavoro svolto a monte dalle aziende agricole: coltivazione, irrigazione, prevenzione e raccolta. Secondo un recente censimento condotto da Ismea nel 2020, sul territorio italiano sono presenti circa 619mila aziende agricole olivicole, il 55% di esse sono in Puglia, Sicilia e Calabria; si tratta di un numero estremamente rilevante se confrontato al numero di aziende agroalimentari che producono frutta, cereali e vino che ammontano rispettivamente a 330 mila, 325 mila e 255 mila. Nonostante l'elevata diffusione di aziende agricole olivicole, l'Italia non riesce comunque a soddisfare la domanda interna e quella esterna autonomamente; infatti, come già affermato precedentemente, è il primo paese importatore al mondo.

Tale incapacità è spiegata da molteplici fattori; tra questi, l'assetto delle imprese agricole ha sicuramente un peso rilevante.

Tabella 1.1 - La struttura olivicola

STRUTTURA	UDM	2019	2020	2021	2022
Aziende Agricole	Numero	646.000	619.378	619.378	619.378
Superficie	Ettari	1.164.568	1.166.408	1.156.344	1.158.818
Ha/Azienda	Ettari	1,80	1,88	1,87	1,87
Frantoi Attivi	Numero	4.480	4.475	4.448	4.319
Imprese Industriali	Numero	220	220	220	220

Fonte: ismeamercati.it

Come è possibile osservare nella tabella soprastante, la dimensione aziendale è rimasta invariata negli ultimi quattro anni ed è pari a circa 1,85 ettari per azienda. Considerando che la dimensione media del complesso dell'agricoltura si attesta attorno ai 9 ettari per azienda, emerge senza indugio quanto ridotte le dimensioni aziendali olivicole siano. Quindi, la penisola italiana dispone di numerose ma piccole imprese che lavorano nella filiera produttiva.

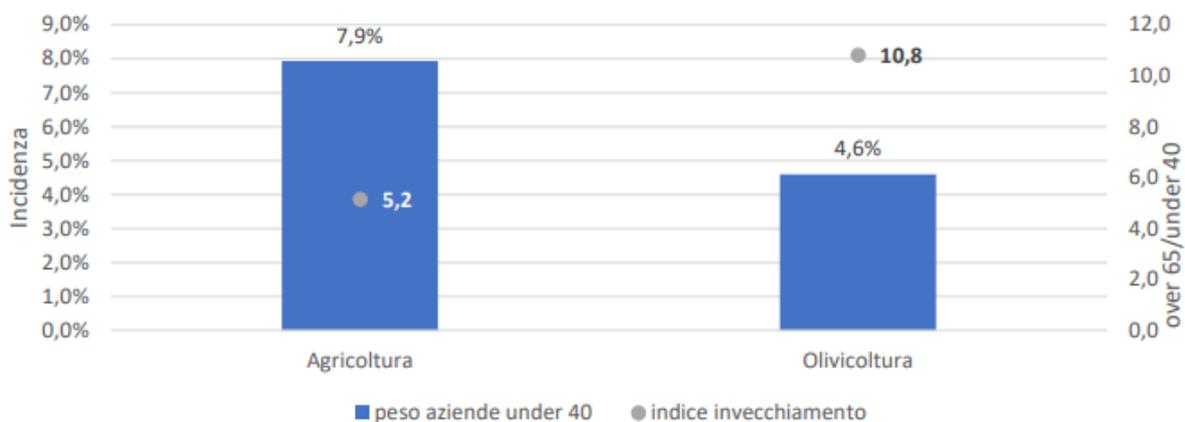
Oltre alla dimensione aziendale, un'altra caratteristica da considerare è la struttura organizzativa delle imprese, ovvero la governance. Come ben noto, il tessuto produttivo italiano è da sempre stato caratterizzato dalla presenza di imprese medio-piccole di proprietà familiari, composte dall'imprenditore, parenti entro il terzo grado ed affini entro il secondo. Si tratta del così detto "family business" che delinea anche il settore dell'olivicoltura; infatti, il numero di imprese industriali ammonta a solo 220 rispetto al totale, come riportato nella tabella 1.1.

Tale assetto organizzativo, oltre che per una forte concentrazione della proprietà, si contraddistingue anche per una stretta concentrazione dei poteri nelle mani di poche persone, assicurando investimenti limitati, nonché un risparmio economico; inoltre, tali imprese sono poco orientate allo sviluppo del mercato azionario, scoraggiando l'attrazione di investimenti da parte di attori istituzionali e internazionali. Per di più,

un altro svantaggio di questo modello di governance è la presunta interscambiabilità del patrimonio aziendale con quello familiare: molto spesso accade che gli utili generati dalle attività aziendali vengano divisi tra i soci e non reinvestiti nell'azienda, lasciandola per anni in una situazione di stallo.

Inoltre, il 97% delle aziende italiane del settore esercita sotto la forma giuridica di impresa individuale e la stragrande maggioranza è concentrata nelle regioni del Centro-Sud; al contrario, nelle regioni del Nord sono presenti le società. Molto spesso, infatti, si parla di un'olivicoltura "sociale" e non imprenditoriale: fenomeno che potrebbe spiegare, in parte, la frammentazione della fase agricola, nonché il mancato recepimento delle innovazioni tecnologiche così come dei conseguenti investimenti. Connesso a quanto affermato in precedenza, il settore olivicolo sta affrontando un'altra crisi: l'invecchiamento degli imprenditori e lo scarso ricambio generazionale associato.

Figura 1.7 - Indice di invecchiamento imprenditori olivicoli



Fonte: reterurale.it

Secondo delle indagini condotte da RRN-ISMEA sui dati Eurostat SPA 2016 e come riportato nel grafico in alto, solo il 4,6% dei capi delle aziende olivicole specializzate ha meno di 40 anni, in relazione a una media dell'8% circa nel macrosettore dell'agricoltura; tale risultato è possibile riscontrarlo anche calcolando l'indice d'invecchiamento, ottenuto dal rapporto tra i proprietari d'azienda con più di 65 anni

e quelli con meno di 40. Come ipotizzato, il valore dell'indice nel settore olivicolo è il doppio di quello della media nazionale dell'agricoltura, rispettivamente 11 e 5.

Nonostante le diverse criticità appena esaminate, la fase agricola presenta anche elementi fondamentali che potrebbero potenziare e valorizzare l'intera filiera e il prodotto finito, l'olio d'oliva vergine ed extravergine.

Come sopraddetto, l'Italia vanta di immense superfici di oliveti, localizzati principalmente nella parte meridionale del Paese, nonché di oltre 500 varietà agrarie che contribuiscono a rendere la filiera olivicola italiana unica e particolare nel suo genere. Tale unicità è possibile riscontrarla e assaporarla nei numerosi oli italiani certificati. Negli anni, infatti, l'Italia si è guadagnata la prima posizione per numero di riconoscimenti ottenuti all'interno dell'Unione Europea: precisamente 42 DOP (Denominazione di Origine Protetta) e 8 IGP (Indicazione Geografica Protetta) che, unitamente, costituiscono circa il 2-3% della produzione nazionale. Tali marchi risultano essere di fondamentale importanza tanto per i consumatori quanto per i produttori: infatti, da un lato, preservano i compratori, riducendo il rischio di acquistare un prodotto contraffatto; dall'altro, tutelano, riconoscono e valorizzano il duro lavoro degli artigiani, i quali seguono rigidi disciplinari nella produzione dell'olio d'oliva.

Il riconoscimento DOP "certifica che l'olio d'oliva, dalla materia prima al prodotto finito, è realizzato in una precisa regione o luogo e le cui qualità e caratteristiche sono dovute prevalentemente o esclusivamente a quell'ambiente geografico".² Fra le numerose e scrupolose norme a cui gli olivicoltori devono adempiere, vi sono anche quelle riguardanti le cultivar e i rispettivi tempi di raccolta, le proprietà organolettiche dell'olio, nonché le specifiche modalità di confezionamento ed etichettatura. Ovviamente, tali prodotti sono oggetto di ispezione da parte di un ente certificatore

² "DOP, EVO, BIO: quali sono le differenze?", Oliotamia, "online", <<https://www.oliotamia.com/blog/consigli/olio-biologico-dop-e-igp-differenze/>>, ultima consultazione: 12 luglio 2023.

debitamente nominato dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, il quale valuta il prodotto e l'osservanza delle regole contenute nei disciplinari di produzione.

La tabella sottostante elenca i 42 olii d'oliva italiani con il marchio DOP e li rintraccia e localizza nelle regioni: al primo posto si classifica la Sicilia con 6 oli certificati, seguita dalle regioni Puglia e Campania che ne contano 5. Ancora una volta, tali risultati non stupiscono in quanto, come analizzato precedentemente, la Sicilia e la Puglia sono due delle maggiori regioni produttrici italiane.

Tabella 1.2 - Elenco olii DOP italiani. Fonte: Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

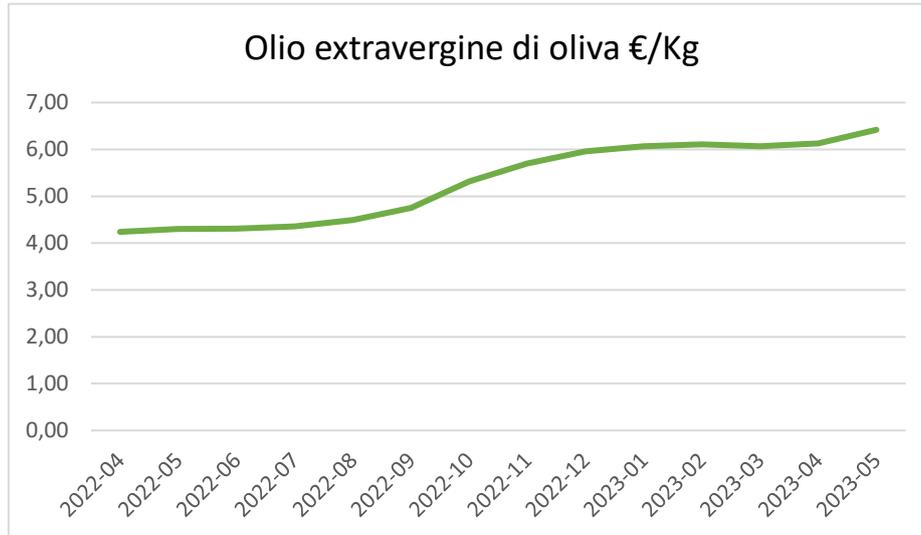
REGIONE	NUMERO DOP	DOP
ABRUZZO	3	Apruntino Pescaraese
		Colline Teatine
		Pretuziano delle Colline Teramane
BASILICATA	1	Vulture
CALABRIA	3	Alto Crotonese
		Bruzio
		Lametia
CAMPANIA	5	Cilento
		Colline Salernitane
		Irpinia – Colline dell’Ufita
		Penisola Sorrentina
		Terre Aurunche
EMILIA- ROMAGNA	2	Brisighella
		Colline di Romagna
FRIULI VENEZIA GIULIA	1	Tergeste
LAZIO	4	Canino
		Colline Pontine
		Sabina
		Tuscia
LIGURIA	1	Riviera Ligure
LOMBARDIA	1	Laghi Lombardi
LAGO DI GARDA	1	Garda
MARCHE	1	Cartoceto
MOLISE	1	Molise
PUGLIA	5	Collina di Brindisi
		Dauno
		Terre d'Otranto
		Terra di Bari
		Terre Tarentine
SARDEGNA	1	Sardegna
SICILIA	6	Monte Etna
		Monte Iblei
		Val di Mazara
		Valdemone
		Valle del Belice
		Valli Trapanesi
TOSCANA	4	Chianti Classico
		Lucca
		Seggiano
		Terre di Siena
UMBRIA	1	Umbria
VENETO	1	Veneto

Differentemente dal precedente, l'IGP "è un marchio di qualità, che viene assegnato ai prodotti agricoli o alimentari per i quali anche una sola fase del processo produttivo ha un legame con una precisa zona geografica di riferimento che conferisce unicità di prodotto".³ Si tratta, dunque, di un marchio con un disciplinare meno dettagliato e pertanto più semplice da ottenere rispetto al DOP; ciononostante, gli olivicoltori non sono esenti dai controlli da parte di organismi indipendenti che, al contrario, appurano il rispetto dei parametri e rilasciano il marchio. Gli olii italiani con questa certificazione sono otto: Marche IGP, Olio di Calabria IGP, Olio Campania IGP, Olio Lucano IGP, Olio di Puglia IGP, Olio di Roma IGP, Sicilia IGP, Toscana IGP.

Come appena emerso, il numero delle certificazioni degli olii italiani è sempre stato in costante crescita negli anni, attirando l'interesse di numerosi produttori; tuttavia, tale mercato non costituirebbe una vera e propria opportunità per gli olivicoltori poiché la differenza di prezzo tra il prodotto così detto "convenzionale" e quello certificato è quasi irrisoria. Tale situazione è possibile osservarla dal confronto tra i due grafici sottostanti, i quali riportano rispettivamente i prezzi al kilo dell'olio extravergine d'oliva e i prezzi di alcuni olii DOP dall'aprile del 2022 fino a maggio del 2023. I prezzi degli olii certificati presi in considerazione nella corrente analisi sono il Terra di Bari, Lametia, Valli Trapanesi e Chianti Classico; tali prodotti provengono dalle principali regioni produttive precedentemente individuate: Puglia, Calabria, Sicilia e Toscana.

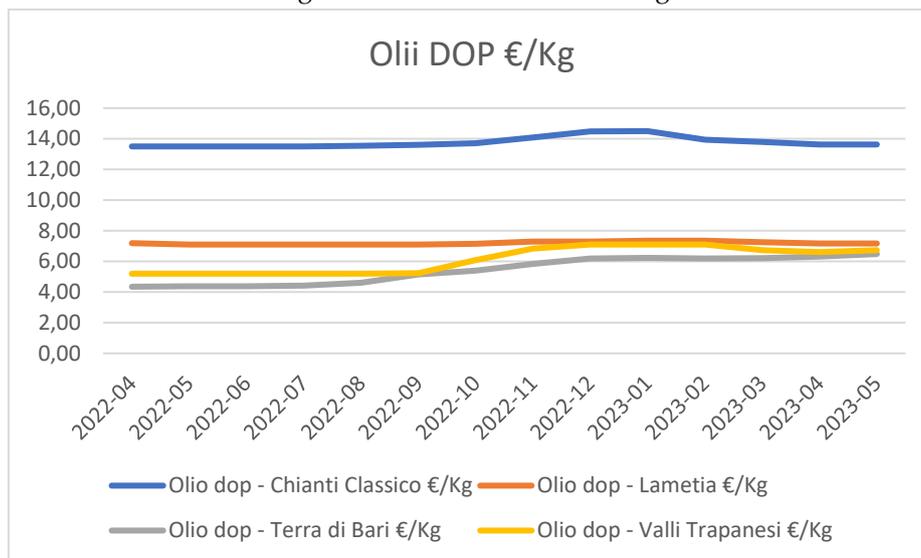
³ *Ibidem.*

Figura 1.8 - Prezzo olio evo al kg



Fonte: elaborato su Excel sulla base dei dati Ismea

Figura 1.9 - Prezzo olii DOP al kg



Fonte: elaborato su Excel sulla base dei dati Ismea

Come è possibile notare dai grafici, il prezzo dell'olio extra vergine d'oliva, denominato "convenzionale", ha subito un incremento di un paio d'euro, passando dai 4,24 €/kg iniziali fino ai 6,42 €/kg del 2023. Una situazione nettamente differente, invece, si ha per il prezzo dell'olio toscano il quale è sempre stato superiore alla media, attorno ai 13,78 €/kg. Tuttavia, come osservabile all'[elenco completo](#) dei prezzi degli oli certificati, si tratta di uno dei pochi casi in cui il prodotto si posiziona concretamente come di nicchia e/o esclusivo. D'altra parte, il prezzo degli olii a marchio DOP di

Puglia, Calabria e Sicilia - così come quello della maggior parte degli altri oli certificati - si attesta mediamente attorno ai 6,80 €/kg nel maggio del 2023.

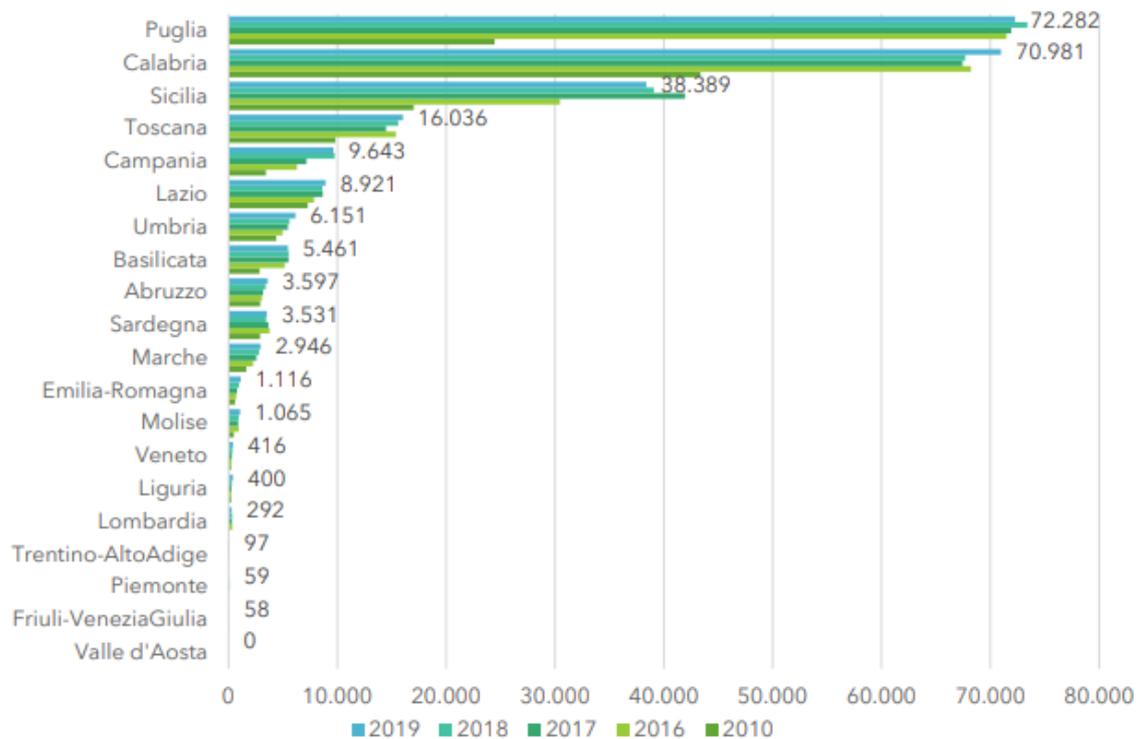
Pertanto, se da un lato l'interesse per i prodotti certificati è forte così come la conseguente proliferazione, dall'altro non vi è una vera e propria convenienza economica che giustifichi e ripaghi adeguatamente gli olivicoltori dei costi sostenuti per ottenere la certificazione e per poterla mantenere. Di conseguenza, è necessaria un'appropriata e accurata strategia in grado di valorizzare e differenziare il settore delle certificazioni, ricercando nuove nicchie di mercato che sappiano riconoscere e apprezzare l'elevata qualità dei prodotti a marchio DOP e/o IGP.

Oltre al settore appena analizzato, la filiera olivicola dispone di un altro segmento interessante che merita ugualmente attenzione e valorizzazione, quello dell'olio biologico. Negli ultimi anni, l'emergere di temi fondamentali riguardanti la sussistenza dell'uomo e del pianeta – quali l'importanza di uno stile di vita sano ed equilibrato, il rispetto dell'ambiente, nonché dei tempi naturali delle superfici coltivate – ha spinto i consumatori a compiere scelte d'acquisto sempre più responsabili e sostenibili tanto per l'ambiente quanto per il benessere del corpo e della mente. Naturalmente, l'offerta del mercato ha dovuto adeguarsi alle nuove richieste ed esigenze dei consumatori, talvolta anche cambiando il modus operandi dei produttori, per poter raggiungere il valore commerciale odierno: infatti, "il mercato italiano dei prodotti bio raggiunge i 5 miliardi di cui 4 miliardi di consumi domestici e per la parte restante si tratta di consumi fuori casa."⁴ Questo dato denota che, in generale, il mercato del biologico è in forte crescita ed espansione e pertanto anche la filiera olivicola dovrebbe continuare a investire nella produzione di prodotti biologici. Analizzando nello specifico l'olivicoltura biologica, questa è la terza coltura per estensione in Italia con 242.708 ettari nel 2019, secondo i dati ISMEA. Anche in questo caso, come emerge dal grafico sottostante, la distribuzione geografica delle superfici

⁴ ENRICO NETTI, "Corre in Italia il mercato dei prodotti bio", Il Sole 24 ore, 15/02/2023, "online", <<https://www.ilsole24ore.com/art/corre-italia-mercato-prodotti-bio-AES3O4nC>>, ultima consultazione: 28 giugno 2023.

biologiche è prevalentemente concentrata al Sud e nelle Isole, in particolare in Puglia (72.282 ha), Calabria (70.981 ha) e Sicilia (38.389).

Figura 1.10 - Superficie biologica a olivo da olio



Fonte: dati SINAB (Anni 2012, 2016-2019)

Inoltre, sempre nello stesso anno, “il numero di aziende agricole biologiche con superficie ad olivo certificata è stato di 42.588”⁵. La dimensione di tali aziende è tre volte più grande rispetto a quella delle imprese tradizionali; si tratta di un dato non trascurabile in quanto, oltre alla dimensione, queste aziende sono condotte in modo professionale, dispongono di un elevato grado di specializzazione, nonché di uno spiccato orientamento al mercato. Tuttavia, anche in questo caso e come verificatosi precedentemente per gli olii certificati, la differenza di prezzo tra l’olio biologico e quello convenzionale è minima, sebbene abbiano subito incrementi: infatti, nella campagna 2019-2020 il prezzo medio dell’olio biologico era di 4,2 €/kg; nell’ottobre

⁵ ANTONELLA GIULIANO, RICCARDO MEO, “Analisi della catena del valore di filiere agroalimentari biologiche: filiera olio d’oliva” FiBio 2019-2021, p. 5.

2022, “la Commissione Olio conferma il prezzo dell’extravergine biologico nazionale a 6,10 euro al chilogrammo sui minimi ed a 6,20 euro sui massimi”.⁶ È evidente che, se l’andamento e il differenziale dei prezzi dovesse rimanere tale, il settore del biologico non avanzerebbe e non si svilupperebbe come auspicato.

Oltre al vasto e interessante patrimonio agrario, la filiera olivicola ha per l’Italia, e in particolare per le principali regioni produttive, un importante valore culturale e paesaggistico: sin dai tempi più remoti, infatti, i campi d’ulivo rappresentavano per le comunità pugliesi, calabresi e/o sicule una fonte di sostentamento, frutto di un lungo e duro lavoro che richiedeva, e richiede ancor’oggi, i giusti metodi di irrigazione e potatura nonché di una spiccata passione, pazienza e cura, come per tutte le altre coltivazioni. Successivamente, iniziava un periodo di attesa, quello della germogliazione, che si concludeva in autunno, lasciando a seguire uno spazio dedicato al periodo della raccolta che orientativamente occupava i mesi di ottobre, novembre e dicembre. Il processo della così detta “brucatura”, che consiste nel raccogliere le olive a mano dai rami degli alberi, non era solo ed esclusivamente un momento di lavoro per tutti coloro che praticavano l’arte del contadino, ma era anche un momento d’incontro, come ancor’oggi accade: molte famiglie, infatti, possedevano campi d’ulivo che richiedevano una cospicua quantità di personale per velocizzare il processo di raccolta delle olive; pertanto, avveniva che i proprietari terrieri, che all’interno delle famiglie erano generalmente i nonni, i capifamiglia, chiedessero l’aiuto di figli, nipoti e parenti. Si trattava di un’olivicultura hobbistica, non orientata al mercato e prevalentemente destinata all’autoconsumo: una tradizione che negli anni si è tramandata e che ha tutt’oggi un peso molto rilevante nel settore olivicolo italiano.

In questo modo, la brucatura diventava un momento d’incontro e condivisione che coinvolgeva grandi e piccini. Inoltre, in Puglia, l’importanza e la vera essenza di questi

⁶ MIMMO PELAGALLI, “Olio Evo, i prezzi all’origine crescono del 33,4% in un anno”, “online”, <<https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2022/11/16/olio-evo-i-prezzi-all-origine-crescono-del-334-in-un-anno/77610#:~:text=La%20Commissione%20Olio%20il%2015,euro%20rispetto%20al%2025%20ottobre>>, ultima consultazione: 29 giugno 2023.

momenti è stata riportata alla luce da un noto gruppo folkloristico, “Terraròss”, che ne ha dedicato la [tarantella “All’ali”](#) - letteralmente “alle olive”. L’obiettivo del brano è proprio quello di riscoprire le scene di vita quotidiana, di una vita semplice ed umile, valorizzare la cultura di un tempo ed omaggiare la sacralità e l’imponenza degli ulivi millenari presenti sul territorio.

Per concludere, la fase agricola può essere definita come tale non solo per la presenza di importanti aziende olivicole ma anche per il ricco patrimonio agrario di cui il territorio italiano dispone e da cui ne deriva l’inestimabile “valore ambientale, paesaggistico, storico, culturale ed antropologico degli oliveti.”⁷

1.3. La struttura del settore: la fase industriale

Concatenata alla fase agricola, vi è la fase industriale che completa il tessuto produttivo dell’intera filiera olivicola italiana.

Secondo il “Rapporto sull’industria alimentare italiana” dell’ottobre 2020 stilato da Ismea, l’industria olearia con un fatturato di oltre 3 miliardi di euro detiene il 3,2% del totale dell’industria alimentare italiana. Si tratta di un dato molto interessante in quanto il settore agroalimentare ha un’importanza strategica per l’Italia, rappresentando il 16,4% del Pil del Paese.

Come già anticipato nel paragrafo precedente, la fase industriale include sia le attività di prima trasformazione che quelle di seconda.

Nello specifico, le attività di prima lavorazione sono riconducibili a tutte le mansioni svolte all’interno dei frantoi che, come esaminato in precedenza, quelli attivi in Italia sono poco meno di 5.000 e sono prevalentemente localizzati nella parte meridionale del paese e tendenzialmente vicini ai luoghi di raccolta. Inoltre, la stragrande maggioranza dei frantosi sono di dimensioni medio-piccole e spesso i frantoiani sono

⁷ TIZIANA SARNARI, “Scheda olio d’oliva”, *Ismea*, 2023, p. 35.

anche proprietari degli oliveti che, similmente, soffrono anch'essi dello scarso ricambio generazionale; inoltre, le piccole dimensioni non favoriscono l'attrazione di ingenti investimenti a favore di innovazioni tecnologiche lungo tutta la filiera. In aggiunta a queste dinamiche esistenti, la fase di prima lavorazione non si caratterizza per un'elevata diffusione di frantoi cooperativi, infatti, solo il 20% della produzione nazionale proviene da essi. Ciò nonostante, i numerosi frantoi sparsi sulla penisola italiana sono in grado di produrre un olio d'oliva di elevata qualità, grazie all'alta specializzazione e professionalità dei frantoiani, alle tecniche di molitura applicate ed alle tecnologie impiegate. Le attività di prima trasformazione, quindi, definiscono le caratteristiche organolettiche dell'olio d'oliva e sono il fulcro della filiera olivicola.

I frantoi, così come tutte le fasi della catena produttiva, hanno visto numerosi cambiamenti nel corso del tempo e hanno dovuto adattarsi alle nuove esigenze dei mercati e dei fornitori. Per esempio, il ruolo e le mansioni del frantoiano non sono più solo ed esclusivamente legati al luogo della molitura ma possono anche riguardare le attività a monte della filiera, cioè la gestione degli oliveti e/o della raccolta. Anche dal punto di vista normativo, le attività del frantoiano sono state ampliate e diversificate, introducendo impianti di ultima generazione che, oltre ad essere una garanzia d'eccellenza nella produzione di olio extravergine di oliva, possono anche effettuare la seconda estrazione dalle sanse vergini, separare il nocciolino dalle stesse per reintrodurlo nel ciclo produttivo come combustibile o venderlo.

Le aziende imbottigliatrici e confezionatrici, invece, fanno parte della fase di seconda trasformazione. In questo caso, si tratta di grandi aziende situate nel Centro-Nord e, rispetto alle precedenti, si caratterizzano per una pronunciata specializzazione e industrializzazione; infatti, il loro core business si basa sull'acquisto dell'olio, del suo imbottigliamento e la commercializzazione su mercati nazionali e internazionali. L'approvvigionamento del prodotto avviene in tutti i paesi produttori del Mediterraneo, ottenendo una miscela confezionata ed etichettata "secondo la normativa vigente, come 'miscela di prodotto comunitario' o 'miscela di prodotto

comunitario e non comunitario”⁸. Generalmente, queste attività avvengono lontano dai luoghi di produzione, dando vita ad un abbondante movimento oleario che dal Meridione si sposta verso il Centro ed il Nord Italia. Grazie al savoir-faire dell’industria imbottigliatrice, l’olio d’oliva raggiunge poi i mercati internazionali, diffondendo la cultura e lo stile alimentare italiano nel mondo. Inoltre, questa fase si caratterizza anche per la diffusione del fenomeno dell’imbottigliamento per conto terzi, ovvero aziende che imbottigliano e mettono in commercio il prodotto senza il loro marchio. Si tratta, evidentemente, di grandi imprese il cui core business è altamente diversificato, con una spiccata propensione all’export e alla diffusione del marchio “made in Italy”.

In definitiva, le imprese che operano all’interno della filiera olivicola sono numerose e diverse poiché partecipano attivamente in rami differenti della stessa catena produttiva. Sebbene ogni ramo abbia i suoi punti di forza e debolezza, tutte le imprese del settore olivicolo sono sinergicamente legate tra loro al fine di soddisfare le richieste dei mercati nazionali ed internazionali e, allo stesso tempo, diffondere uno degli elementi principe della dieta mediterranea.

1.4. La domanda nazionale, internazionale e gli scambi

Dopo aver portato alla luce le caratteristiche intrinseche relative al lato dell’offerta di questa filiera così complessa, risulta opportuno studiare anche la struttura della domanda in modo tale da poter comprendere interamente la significatività dei dati sopra analizzati.

Esaminando i consumi d’olio d’oliva vergine ed extravergine da un punto di vista globale, sarà possibile notare come questi non siano cresciuti solo in Italia ma in tutto

⁸ MARIO COLA, TIZIANA SARNARI, “La competitività della filiera olivicola. Analisi della redditività e fattori determinanti”, *Rete Rurale Nazionale 2014-2020*, p. 18.

il mondo. Infatti, “nel 2021 la domanda globale ha raggiunto quota 6,3 miliardi di euro, il 5,3% in più rispetto al 2018”.⁹ Inoltre, al di là dei grandi mercati che hanno da sempre caratterizzato la domanda internazionale olivicola, come per esempio Stati Uniti e Spagna, emergono anche altri paesi mediterranei: “la Turchia è il paese che più di tutti ha aumentato la sua domanda, passando dai 7 milioni di euro del 2018 ai 70 milioni del 2021. Seguono il Portogallo (+44,5 milioni di euro), la Germania (+44,1 milioni di euro) e la Francia (+16,5 milioni di euro)”.¹⁰

Restrungendo il campo d’analisi alla penisola italiana, invece, sarà possibile notare come la domanda nazionale sia in costante crescita. La tabella sottostante riassume, infatti, l’andamento della domanda dell’olio d’oliva dal 2017 al 2020, scindendo il consumo umano totale apparente e il consumo pro capite apparente.

Tabella 1.3 - La domanda italiana dell’olio d’oliva

	UDM	2017	2018	2019	2020	Var.% 2020/2019
Consumo umano totale apparente	t	440.000	500.000	460.000	480.000	9,1
Consumo pro capite apparente	kg	7,3	8,3	7,6	8,0	9,3

Fonte: ismeamercati.it

Prendendo in considerazione i valori riportati in tabella, si evince che i consumi d’olio d’oliva ammontano mediamente a circa 500 mila tonnellate annue, classificando così la domanda nazionale prima al mondo; ma, tale primato non stupisce in quanto l’olio d’oliva è uno dei prodotti d’eccellenza della cucina italiana ed è presente quasi in ogni piatto.

In aggiunta a ciò, un’analisi dei dati Istat sulla spesa delle famiglie conferma l’importanza del prodotto per gli italiani; infatti, essi “destinano circa il 3,3% della

⁹ “Tutti pazzi per l’olio d’oliva: la domanda mondiale cresce del 5,3%”, Il Sole 24 Ore, 27/09/2022, “online”, <https://www.ilsole24ore.com/art/tutti-pazzi-l-olio-d-oliva-domanda-mondiale-cresce-53percento-AEQstl3B?refresh_ce>, ultima consultazione: 18 luglio 2023.

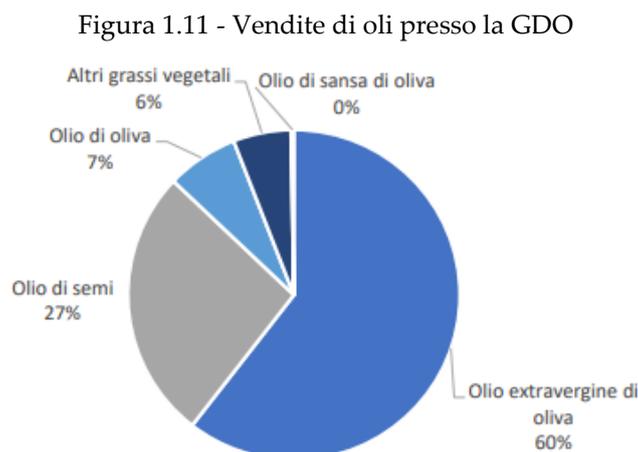
¹⁰ *Ibidem*.

spesa alimentare agli oli e grassi vegetali e animali”¹¹; nello specifico, l’olio d’oliva, con un peso pari al 2,3% circa, è il grasso maggiormente acquistato, seguito dal burro che ha un peso dello 0,5%, dagli oli di semi che contano circa lo 0,4%, e infine la margarina e gli altri grassi animali e vegetali che hanno un peso ancor più marginale.

Tuttavia, è bene sottolineare che gran parte del consumo italiano di olio di oliva e di olio extravergine avviene nell’ambito domestico e pertanto la rilevazione delle vendite risulta essere difficoltosa. Tale difficoltà è spiegata dall’importanza che il prodotto sfuso ha sui consumi familiari: molto spesso, infatti, nei territori dove tradizionalmente si coltiva l’olivo, le famiglie dispongono di autoproduzioni oppure si rivolgono ai frantoi o direttamente presso le aziende agricole per l’acquisto del prodotto finito, sfuggendo pertanto ad una possibile raccolta dati.

Malgrado ciò, grazie al codice EAN – il codice a barre utilizzato per l’identificazione univoca dei prodotti destinati al consumatore finale – è possibile conoscere le principali tendenze d’acquisto degli oli confezionati presso la GDO.

Il grafico a torta sottostante, infatti, riporta le percentuali di vendite delle differenti tipologie di olio nel periodo gennaio-novembre 2020.

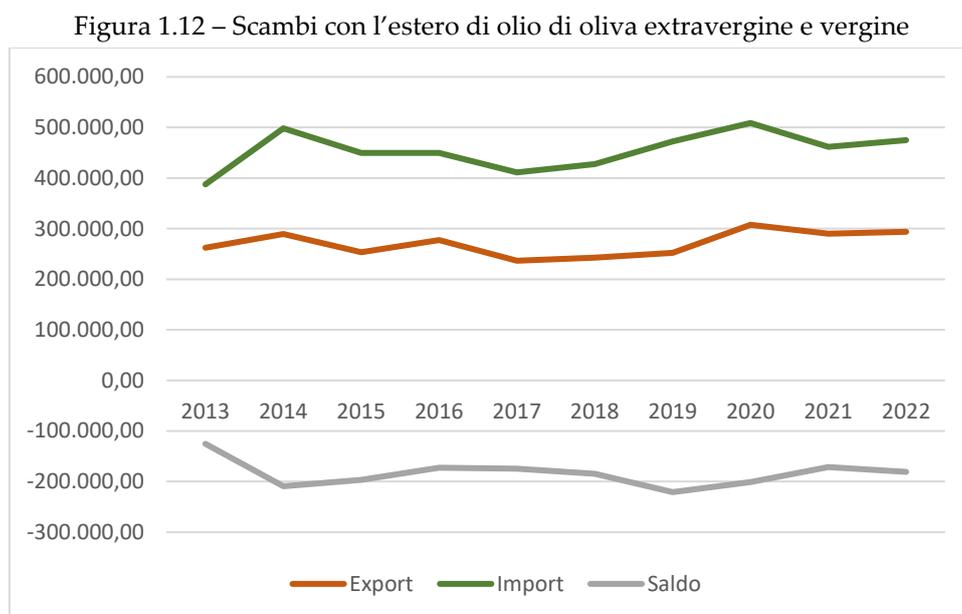


Fonte: elaborazioni ISMEA-RRN su dati Nielsen Market-Track

¹¹ MARIO COLA, TIZIANA SARNARI, “La competitività della filiera olivicola. Analisi della redditività e fattori determinanti”, *Rete Rurale Nazionale 2014-2020*, p. 33.

Ed ancora una volta, emerge l'importanza e il peso dell'olio extra vergine di oliva, il quale detiene il 60% del valore delle vendite di oli e grassi vegetali. Tuttavia, è bene sottolineare che questi dati potrebbero esser stati influenzati dall'avvento del lockdown, il quale ha dato un forte impulso agli acquisti di tipo alimentare.

Per poter soddisfare una così cospicua domanda nazionale e, parimenti internazionale, l'Italia si è anche guadagnata il primato di maggior importatore al mondo; infatti, pur analizzando gli scambi italiani con l'estero dell'olio di oliva vergine ed extravergine emerge che le importazioni sono sempre superiori alle esportazioni. Nello specifico, il grafico sottostante riporta le quantità, espresse in tonnellate, di importazioni ed esportazioni in questione negli ultimi dieci anni.



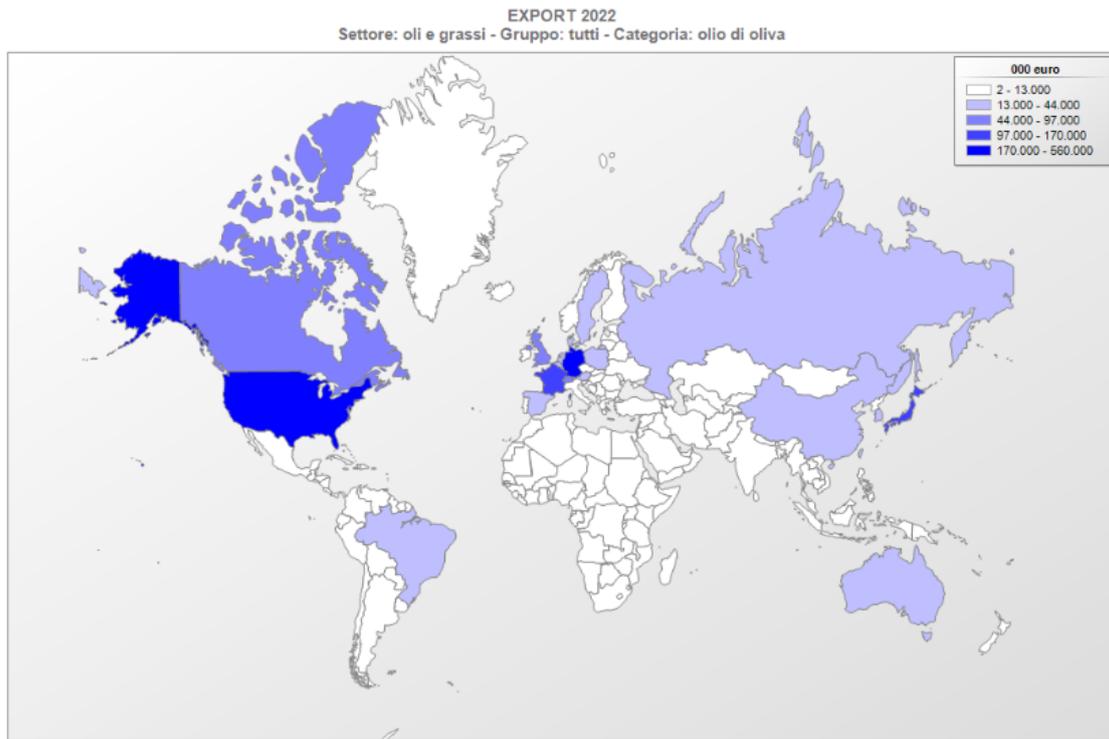
Fonte: elaborazione su dati Ismea

Di conseguenza, anche il saldo, ottenuto dalla differenza tra export e import, è sempre negativo. Nonostante il saldo della bilancia commerciale sia strutturalmente negativo tanto in volume quanto in valore, è bene ricordare che l'Italia occupa una posizione molto importante sul fronte dell'export, essendo il secondo paese esportatore al mondo, dopo la Spagna.

Storicamente, secondo le elaborazioni Ismea sui dati Istat, il 50% delle esportazioni dei prodotti olivicoli italiani è composto dall'olio di oliva e di sansa, il 30-40% dall'olio di oliva vergine ed extravergine e la restante parte da olio di oliva raffinato e olio di sansa. La maggior parte di tali esportazioni sono destinate agli Stati Uniti, principale mercato extra-europeo; infatti, secondo la Coldiretti, il 62% del valore delle vendite italiane all'estero avviene proprio in quell'area. Il secondo paese della zona extra-europea interessato all'acquisto d'olio d'oliva italiano è il Canada, che nei primi sei mesi del 2022 ha registrato una crescita del +40% in valore, sempre secondo i dati Coldiretti. Un altro Paese, fuori dall'eurozona, di rilevante importanza per le esportazioni d'olio italiano è il Giappone, il quale "segna un +27% con un valore di 52 milioni di euro nel primo semestre di quest'anno, secondo elaborazioni Coldiretti su dati Istat".¹² Per quanto riguarda il mercato europeo, invece, la Germania e la Francia sono i primi paesi importatori di olii italiani. Dalla mappa sottostante è possibile osservare il flusso completo delle esportazioni d'olio italiano nel mondo nel 2022.

¹² COLDIRETTI, "Export: vola l'olio italiano nel mondo (+23%)", "online", <<https://www.coldiretti.it/economia/export-vola-lolio-italiano-nel-mondo-23>>, ultima consultazione: 31 luglio 2023.

Figura 1.13 – Le esportazioni italiane d’olio nel 2022

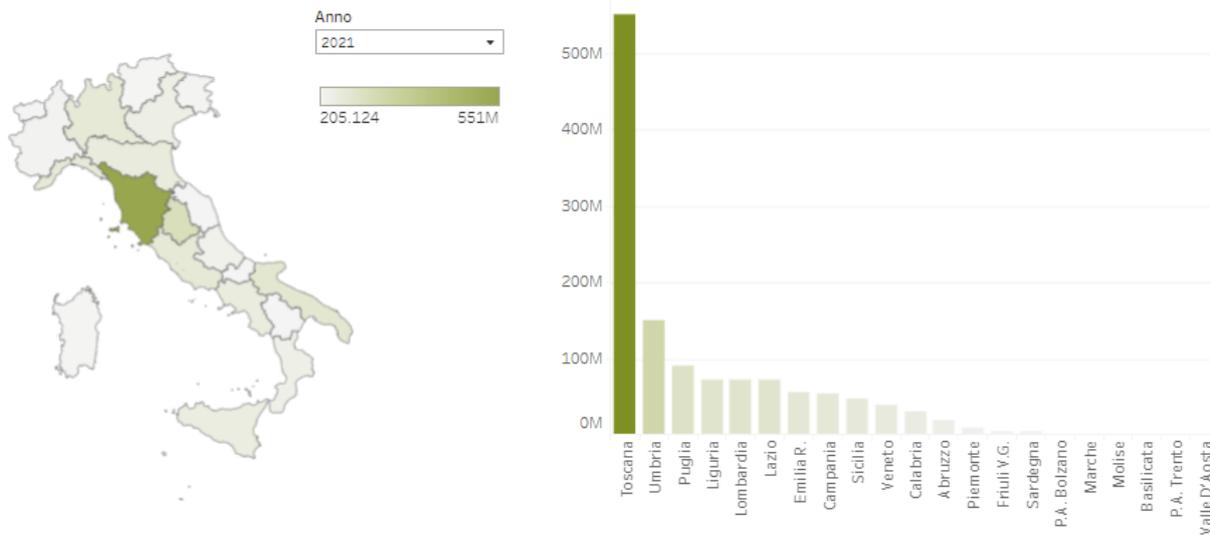


Fonte: ismeamercati.it

Come si nota dal prospetto, la consistenza delle esportazioni italiane di olio d’oliva è elevata; si potrebbe dunque inferire che l’Italia importi non solo per soddisfare la domanda interna, ma anche per esportare nel resto del mondo, motivo per cui il Bel Paese risulta essere al secondo posto, dopo la Spagna, per produzione ed esportazione mondiale.

Trattandosi di una posizione considerevole, è interessante capire quale delle regioni italiane contribuisce in misura maggiore all’export olivicolo. Osservando il grafico sottostante, elaborato da ISMEA sulla base dei dati ISTAT, nel 2021, la regione italiana leader per valore di esportazioni nel mondo è stata la Toscana con € 551.422.910.

Figura 1.14 – Le esportazioni di olio di oliva vergine ed extravergine



Fonte: ismeamercati.it

Si tratta sicuramente di un dato inaspettato in quanto, nelle analisi precedenti, la Toscana non è emersa in modo particolarmente significativo per quanto riguarda le superfici coltivate e la produzione, al contrario di Puglia, Calabria e Sicilia. Un ragionamento analogo si potrebbe fare anche per l'Umbria che si piazza al secondo posto in classifica con un valore di esportazioni pari a € 150.231.043. Di conseguenza, osservando la classifica generale, ciò che risulta sorprendente non è tanto la posizione della Puglia, al terzo posto con € 91.436.444, quanto quella della Sicilia e della Calabria. Quest'ultime, infatti, si posizionano rispettivamente al nono (€ 53.549.029) e all'undicesimo (€ 30.842.205) posto su scala nazionale per quanto riguarda le esportazioni di olio di oliva vergine ed extravergine nonostante dispongano di risorse e competenze produttive inestimabili.

In conclusione, la richiesta di olio d'oliva ed extravergine è in crescita in Italia così come nel resto del Mondo. Tuttavia, sembrerebbe che il Bel Paese non sia in grado né di soddisfare pienamente la domanda nazionale ed internazionale e né di potenziare le regioni storicamente dedicate all'olivicoltura sul panorama mondiale. Pertanto, l'obiettivo dei capitoli successivi sarà proprio quello di ricercare le motivazioni di tali risultati al fine di riconoscere e valorizzare la grande filiera olivicola del Mezzogiorno.

Capitolo 2. La regione Puglia nei sistemi olivicoli

Situata nella parte meridionale del Paese, a delineare il tacco del rinomato stivale italiano, la regione Puglia racchiude un ricco e diversificato patrimonio culturale e ambientale, nonché un'eccellente gastronomia dal Gargano al Salento. Molteplici sono le eccellenze regionali tra cui, come visto in precedenza, gli oli extravergine d'oliva, i quali sembra non abbiano ancora una giusta e adeguata valorizzazione sul panorama nazionale e, soprattutto, internazionale. Infatti, come emerso dall'analisi precedente, la prima regione italiana per esportazione di oli extravergine d'oliva è la Toscana, benché le materie prime e i suoi fattori produttivi non siano paragonabili a quelli della Puglia, Calabria e/o Sicilia, regioni particolarmente rilevanti nella produzione di olio d'oliva a livello nazionale.

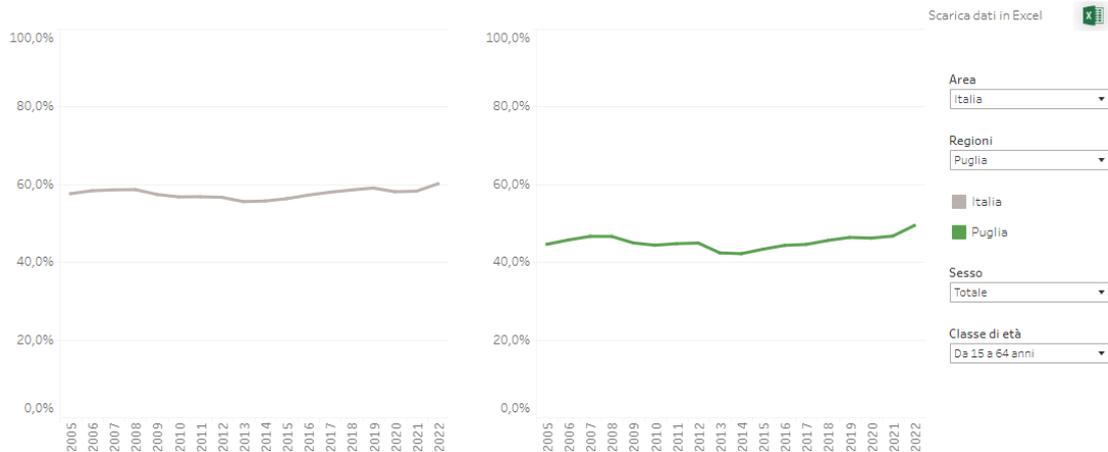
A tal proposito, l'obiettivo di questo capitolo è proprio quello di andare a ricercare a monte le ragioni di suddetta situazione, analizzando prima il contesto economico e sociale della Puglia e successivamente l'organizzazione della filiera stessa per individuare i punti di forza e di debolezza.

2.1. La Puglia in cifre

Con una superficie di 19.541 km², la Puglia è la settima regione italiana per estensione e, nel 2022, l'ottava per popolazione con 3.922.941 persone residenti.

Sebbene il tasso occupazionale delle persone comprese tra i 15 e i 64 anni, rapportato a quello italiano risulti essere molto al di sotto della media, è comunque in crescita come rappresentato nel grafico sottostante, fino a raggiungere il 49,4% lo scorso anno.

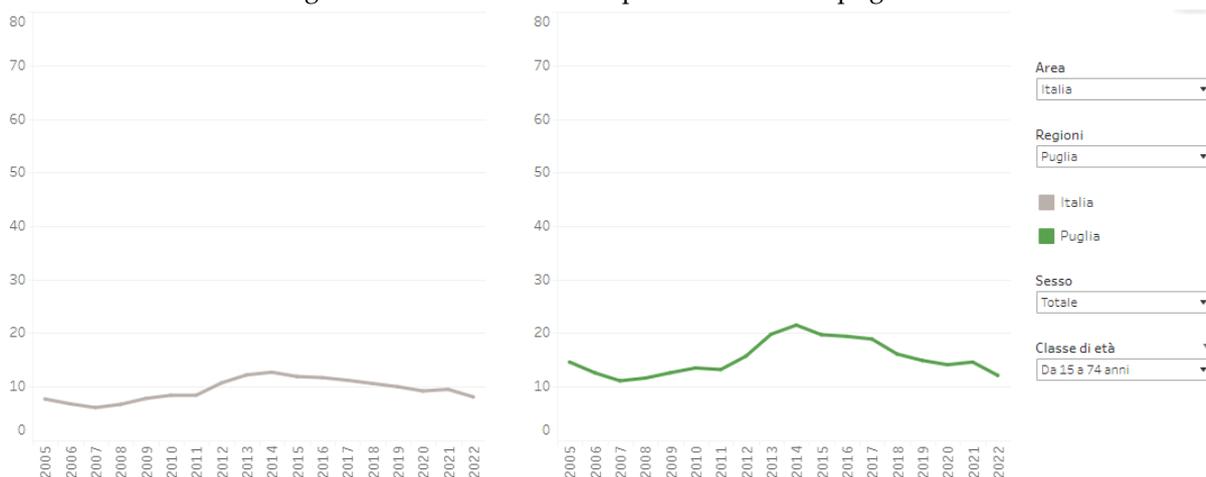
Figura 2.1 – Tassi di occupazione italiano e pugliese



Fonte: ismeamercati.it

Si tratta di un dato incoraggiante in quanto anche l'economia della regione, che ha raggiunto i 76 miliardi di euro, è cresciuta nel 2022; infatti, secondo il rapporto di Banca d'Italia il PIL è aumentato del 3,3% - lievemente sotto la media nazionale pari al 3,7% - nonostante gli effetti derivanti dalla pandemia. Per quanto riguarda il tasso di disoccupazione, invece, quello pugliese supera la media nazionale ma è inferiore rispetto alla media delle regioni del Sud Italia, come emerge dai grafici sottostanti.

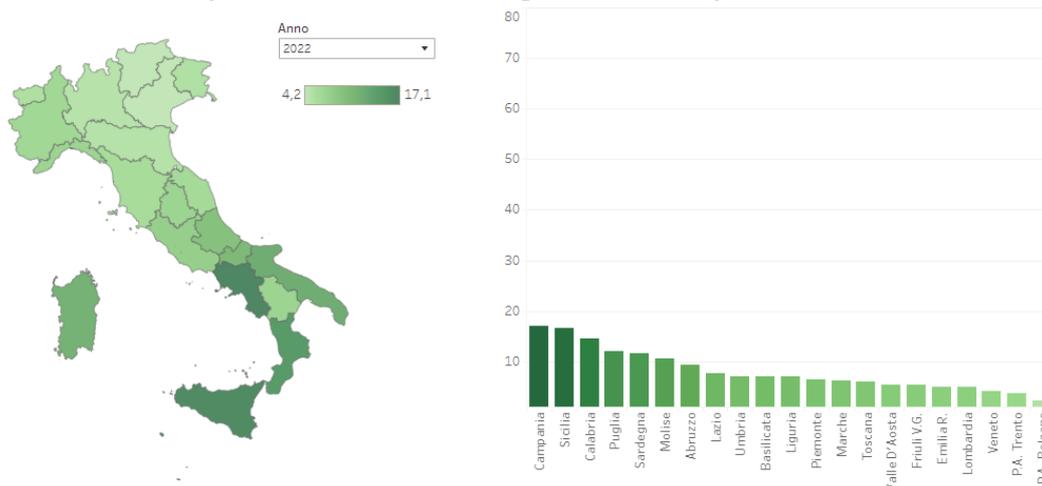
Figura 2.2 – Tasso di disoccupazione italiano e pugliese



Fonte: ismeamercati.it

In effetti, nel 2022, l'Italia ha registrato un tasso di disoccupazione pari all'8,1% per le classi di età comprese tra i 15 e 74 anni; diversamente, la Puglia ha registrato il 12,1%.

Figura 2.3 – Tasso di disoccupazione delle regioni italiane



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Eurostat

Tuttavia, come anticipato precedentemente, se si confronta la percentuale pugliese con quella delle altre regioni del Mezzogiorno, come per esempio la Campania (17,1%), la Sicilia (16,6%) e la Calabria (14,6%), noteremo come la Puglia abbia ottenuto un risultato 'migliore'.

Sebbene gli ultimi dieci anni abbiano messo a dura prova lo sviluppo regionale a causa del susseguirsi di sfortunati eventi come la crisi economica del 2007 e, più recentemente, la crisi sanitaria da Covid-19, la Puglia ha mostrato abili capacità di ripresa e resilienza. Infatti, pare che “nel Mezzogiorno d'Italia l'economia pugliese è una di quelle che meglio si è ripresa dopo lo shock rappresentato dalla pandemia.”¹³ A giocare un ruolo fondamentale in questo senso è la sua posizione strategica che ha permesso lo sviluppo di tre importanti snodi portuali: Bari, Taranto e Brindisi. Essenzialmente, si tratta di naturali porte d'accesso al Mar Mediterraneo, ovvero al commercio internazionale dell'Italia e della regione stessa. A confermare questa tesi è proprio il dato relativo al valore delle esportazioni regionali che “nel 2022, per la prima volta, hanno superato la soglia psicologica dei 10 miliardi di euro”.¹⁴

¹³ “Mezzogiorno, l'economia pugliese è quella che ha reagito meglio dopo il Covid”, Il Sole 24 ore, 25/05/2023, “online”, <<https://www.ilsole24ore.com/art/mezzogiorno-l-economia-pugliese-e-quella-che-ha-reagito-meglio-il-covid-AEYj2aUD>>, ultima consultazione: 2 agosto 2023.

¹⁴ *Ibidem*.

Inoltre, secondo il gruppo di esperti CDP, il tessuto produttivo regionale vanta di alcune eccellenze che hanno permesso alla Puglia di varcare i confini nazionali; come è possibile leggere nel loro documento intitolato “L’economia pugliese: le 5 eccellenze da cui ripartire” redatto nel maggio del 2021, i settori chiave sono l’industria aerospaziale, l’energia pulita per il territorio, l’industria culturale e creativa, il turismo costiero e di qualità e i prodotti agricoli d’eccellenza.

Nello specifico, come riportato nel documento sopra menzionato, l’industria aerospaziale pugliese spicca all’interno del panorama nazionale per essere una delle più attive e in costante crescita, registrando un aumento del 60% di imprese manifatturiere di aeromobili e satelliti spaziali a fronte del 10% italiano.

La Puglia risulta essere persino molto attenta alle recenti tematiche ambientali - connesse all’inquinamento, all’esauribilità delle risorse e/o alla sostenibilità - al punto da investire per produrre energia pulita, ottenendo, straordinariamente, anche il primato italiano per “numero di impianti e per potenza installata di ‘nuove rinnovabili’ e pioniera nell’introduzione di politiche energetiche innovative”.¹⁵

La dinamicità e il saper fare della regione emergono anche nell’industria culturale e creativa dove ci sono 13 mila imprese attive che collaborano all’organizzazione di eventi teatrali, musicali – tra cui “La Notte della Taranta” che ha accolto 200 mila spettatori nel 2019 – e cinematografici; in quest’ultimo comparto, “La Puglia è l’unica regione italiana che può far affidamento su quattro cineporti (Bari, Lecce, Foggia, Taranto) – che ad oggi hanno ospitato oltre 5 mila eventi attirando quasi 600 mila spettatori”.¹⁶

L’eccellenza pugliese investe pure il settore del turismo costiero e di qualità, ma ciò non sorprende in quanto le coste, il mare e le spiagge regalano panorami mozzafiato e sfumature di blu incredibili; per giunta, anche quest’anno, e per il terzo anno

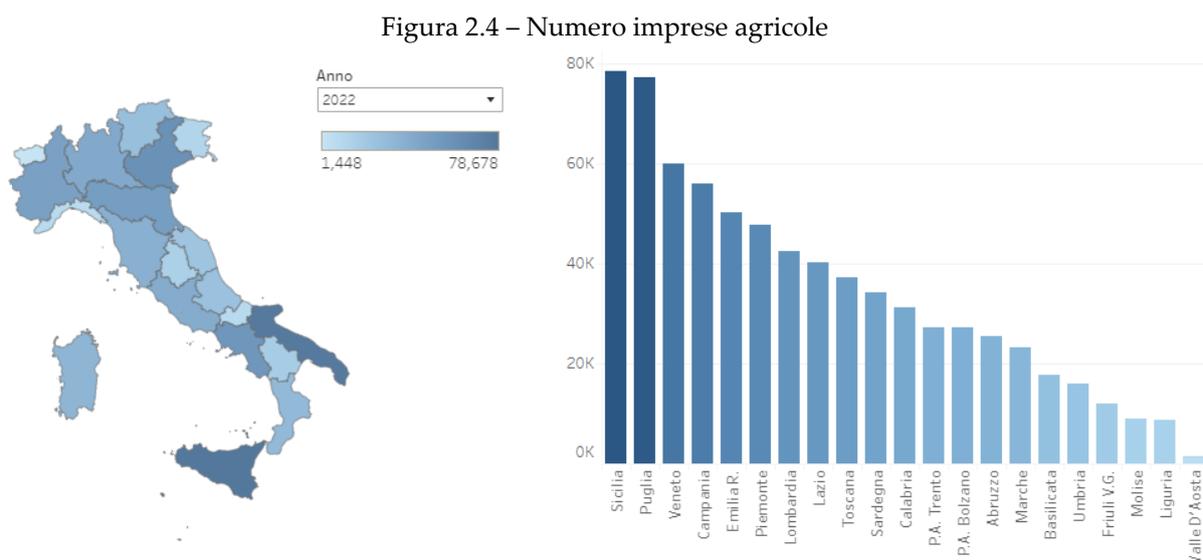
¹⁵ AA.VV., “L’economia pugliese: le 5 eccellenze da cui ripartire”, Focus Territori, “online”, p. 9, <https://www.cdp.it/sitointernet/page/it/leconomia_pugliese__le_5_eccellenze_da_cui_ripartire?contentId=TNK35370>, ultima consultazione: 9 agosto 2023.

¹⁶ *Ivi*, p. 25.

consecutivo, il Sistema Nazionale per la Protezione dell’Ambiente ha confermato la qualità ottimale delle acque di balneazione (eccellenti per il 99,8%), aggiudicando alla Puglia il mare più pulito d’Italia. In più, 22 località turistiche hanno ottenuto il riconoscimento “Bandiera Blu” che, come si legge nel sito ufficiale del Programma, viene assegnato alle località turistiche balneari che rispettano criteri relativi alla gestione sostenibile del territorio.

Tra le eccellenze individuate, anche l’agricoltura non stupisce così come i suoi prodotti enogastronomici che sono alla base della dieta mediterranea. Numerose sono le produzioni agricole pugliesi ma quelle di particolare rilievo, secondo i suddetti esperti, sono il pomodoro da trasformazione, l’uva da tavola, l’olivicoltura e il grano duro.

Come facilmente intuibile, l’agricoltura ha un peso economico e sociale elevatissimo per la regione: infatti, nel 2022 sono state contate 77.275 imprese registrate nel settore su un totale di 385.725 imprese operanti in tutti i settori economici. E, come emerge dalla rappresentazione grafica sottostante, è la seconda regione in Italia per numerosità di imprese agricole dopo la Sicilia. È opportuno notare anche la posizione della Toscana al nono posto con 37.319 imprese registrate nel settore dell’agricoltura.



Fonte: ismeamercati.it

Analogamente, la Puglia occupa la medesima posizione anche nella classifica per numero di imprese agroalimentari con 84.080 aziende registrate. La Toscana, invece, ne conta poco più della metà di quelle pugliesi, 43.044.

Dal punto di vista sociale, l'agricoltura offre lavoro a migliaia di persone, nonostante il numero di occupati nel settore diminuisca nel tempo. Stando alle elaborazioni effettuate dal CREA (Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria) sui dati INPS, nel 2018 in Puglia vi erano 101.000 occupati in agricoltura, silvicoltura e pesca e l'incidenza regionale era "pari all'8,3%, valore superiore rispetto sia al dato del Mezzogiorno (7%) che a quello nazionale (3,8%)".¹⁷

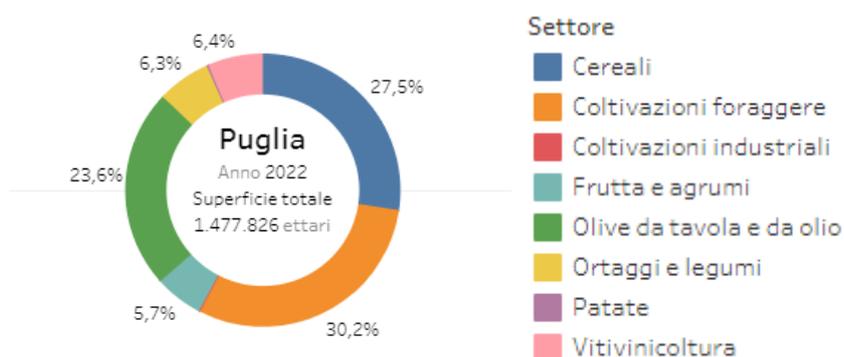
In merito alla forma giuridica delle società, come riscontrato precedentemente anche a livello nazionale, la maggior parte delle imprese agroalimentari si caratterizzano per essere individuali; nel Mezzogiorno questo fenomeno è ancora più marcato ed evidente e, infatti, in Puglia, il 90,5% delle imprese agroalimentari è registrata come individuale, il 4,2% come società di persone, il 3,3% come società di capitali e la restante parte sotto altre forme. Inoltre, un altro dato interessante riguardo le imprese è l'incidenza delle imprese giovanili sul totale delle imprese registrate che, nel caso del settore agroalimentare, è molto simile sia a livello nazionale che regionale: l'Italia registra un'incidenza pari al 7,7% e la Puglia al 7,5%. Ciò dimostra che il settore sta invecchiando, che non è attraente per la forza-lavoro giovanile e che potrebbe risentire di una sempre più forte mancanza di investimenti e innovazioni tecniche e tecnologiche.

Oltre al peso economico e sociale ricoperto dall'agricoltura, il settore primario riveste anche un'importanza territoriale tangibile poiché la Puglia dispone di una Superficie Agricola Utilizzata (SAU) di circa 1.415.597 ettari, collocandosi al secondo posto nella classifica nazionale, dopo la Sicilia, stando ai dati forniti dall'Agenzia Regionale per la

¹⁷ AA.VV., "L'agricoltura pugliese conta 2020", CREA, "online", p. 18, <https://www.crea.gov.it/documents/20126/0/Agri_Pugliese_2020.pdf/7df6d1ff-2347-695a-c0b1-9ff99185e895?t=1585737303556>, ultima consultazione: 30 settembre 2023.

Prevenzione e la Protezione Ambientale (ARPA). Lo scorso anno, tali superfici agricole erano dedicate alle coltivazioni rappresentate nel seguente grafico.

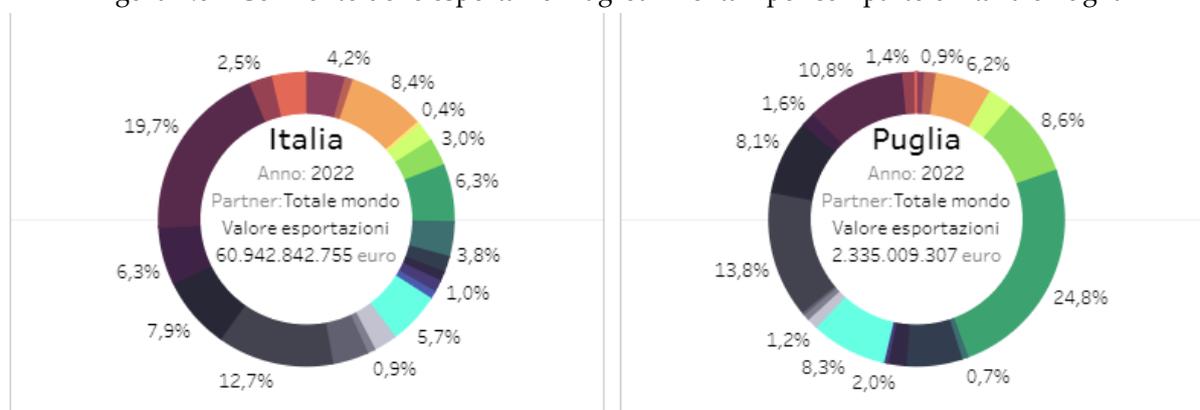
Figura 2.5 – Superfici per settori



Fonte: ismeamercati.it

I tre settori che hanno occupato superfici maggiori sono state le coltivazioni foraggere per il 30,2%, i cereali per il 27,5% e le olive da tavola e da olio per il 23,6%, seguite dalle coltivazioni vitivinicole (6,4%), gli ortaggi e legumi (6,3%) e frutta e agrumi (5,7%). Nonostante gli ettari di coltivazione fruttifere abbiano ricoperto una superficie inferiore rispetto alle altre, la frutta è stata, nel 2022, il primo prodotto agroalimentare pugliese per valore di esportazione pari a € 578.588.561. I dati relativi alle esportazioni agroalimentari dello scorso anno sono rappresentati nei grafici sottostanti, i quali riportano sia i valori nazionali che quelli regionali.

Figura 2.6 – Confronto delle esportazioni agroalimentari per comparto di Italia e Puglia



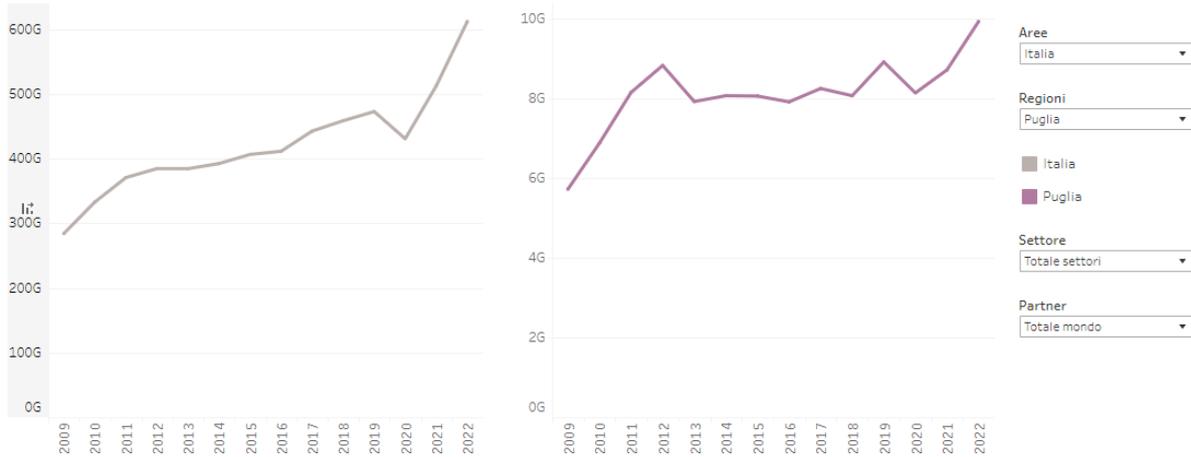
Fonte: ismeamercati.it



Con l'aiuto del presente capitolo merceologico, si intende sviscerare i principali prodotti pugliesi esportati: come appena affermato, al primo posto, con un valore percentuale del 24,8 sul totale, vi è la frutta; al secondo posto (13,8%) ci sono i derivati dei cereali per un valore d'esportazione di € 323.2947.451; il terzo posto è occupato dalle bevande con il 10,8%, seguite da ortaggi e legumi per l'8,6%. Gli oli e grassi animali e vegetali si classificano al quinto posto con una percentuale dell'8,3 e un valore di € 193.043.233. Gli altri due prodotti rilevanti per l'export agroalimentare della regione sono: la preparazione di ortaggi, legumi e frutta che detiene l'8,1% del totale e il latte e i suoi derivati che occupano il 6,2%. Queste eccellenze agroalimentari pugliesi raggiungono per il 62,2% i paesi appartenenti all'Unione Europea e per il restante 37,8% l'area extra-europea.

Allargando il raggio d'analisi e confrontando il totale delle esportazioni italiane con quelle pugliesi dal 2009 al 2022, sarà possibile notare come queste abbiano avuto andamenti molto differenti tra loro, eccetto per il 2020.

Figura 2.7 – Esportazioni nazionali e regionali a confronto

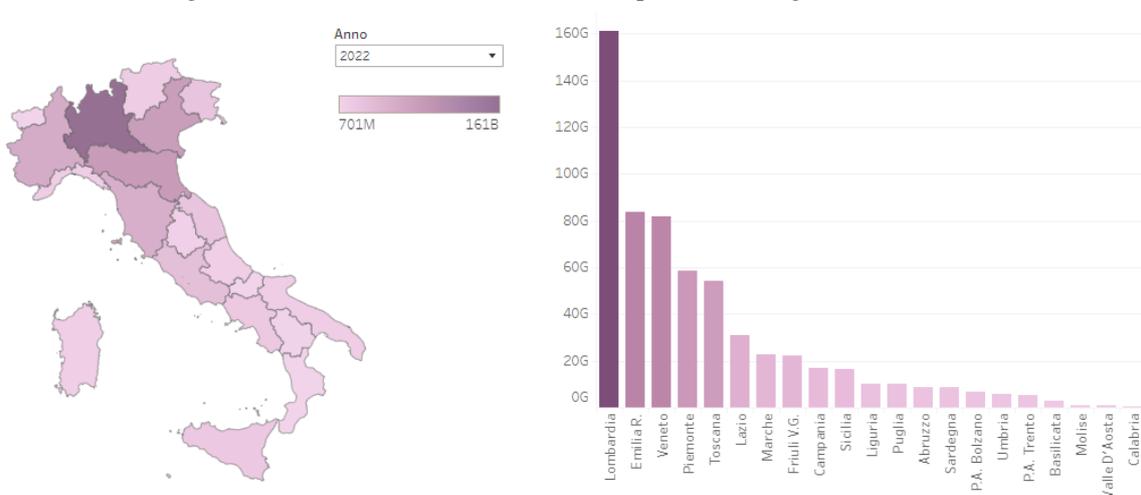


Fonte: ismeamercati.it

L'elemento comune è infatti il drastico calo registratosi dopo il 2019 e la cosa straordinaria è l'audace ripresa dopo un così difficile periodo di chiusura, fino a superare i valori "pre-pandemici" e a registrare nuovi record. A parte ciò, negli anni le esportazioni pugliesi sono quasi sempre state esigue e al di sotto dei 10 miliardi di euro, almeno fino al 2022, anno in cui invece l'Italia ha registrato un valore di esportazione pari a € 612.263.479.514.

Inoltre, confrontando la Puglia con le altre regioni italiane, è possibile affermare che la regione occupa una posizione marginale su scala nazionale, classificandosi al dodicesimo posto per valore di esportazioni.

Figura 2.8 – Classifica nazionale delle esportazioni regionali nel 2022



Fonte: ismeamercati.it

Per meglio comprendere la posizione della Puglia e dare maggiore significatività ai dati sopra rappresentati, è interessante osservare anche le quote regionali di export, ottenute dal rapporto tra il valore delle esportazioni di una data regione e il valore delle esportazioni nazionali. È ovvio che la Lombardia, prima regione classificata nel 2022 per valore di esportazioni, detenga le quote regionali di export (26%) più elevate del Paese. La Toscana, per esempio, che nella classifica sovrastante si posiziona al quinto posto, ha delle quote regionali di export pari al 9% del totale. Oppure, le quote regionali di export della Sicilia sono del 2,7% e l'isola si piazza al decimo posto su scala nazionale per valore d'esportazioni. In confronto, le quote di export della Puglia sono ancora più piccole e pari all'1,6% del totale.

Tabella 2.1 – Le quote regionali di export.

PERIODO	2022	QRE
REGIONE	Piemonte	9,4%
	Valle d'Aosta	0,2%
	Liguria	1,7%
	Lombardia	26,0%
	Trentino-Alto Adige	1,9%
	Provincia Bolzano	1,1%
	Provincia Trento	0,8%
	Veneto	13,1%
	Friuli-Venezia Giulia	3,5%
	Emilia-Romagna	13,5%
	Toscana	8,8%
	Umbria	0,9%
	Marche	3,7%
	Lazio	5,2%
	Abruzzo	1,4%
	Molise	0,2%
	Campania	2,8%
	Puglia	1,6%
	Basilicata	0,5%
	Calabria	0,1%
	Sicilia	2,7%
	Sardegna	1,4%

Fonte: elaborazioni personali sulla base di dati Istat

Questa piccola percentuale pugliese è spiegata da molteplici fattori; uno di questi risiede nelle contenute dimensioni regionali della Puglia rispetto a regioni più grandi come per esempio la Lombardia, la Toscana o l'Emilia-Romagna; allo stesso modo, le ridotte dimensioni aziendali e il tradizionale family business potrebbero influire negativamente sui risultati della Puglia. Tuttavia, ciò che risulta davvero pertinente in questo caso è la misura della capacità di esportare della regione, ottenuta dal rapporto tra le esportazioni totali avvenute in Puglia e il PIL della stessa. Utilizzando i dati relativi al 2021, la capacità esportativa della Puglia è pari al 11,5%, non un ottimo risultato se confrontato con quello delle altre regioni e dell'Italia stessa, la cui capacità esportativa è del 29,2%.

Tabella 2.2 – Capacità esportativa delle regioni italiane.

PERIODO	2021	CAP.EXP
REGIONE	Piemonte	36,6%
	Valle d'Aosta	15,1%
	Liguria	16,3%
	Lombardia	33,7%
	Trentino-Alto Adige	21,7%
	Provincia Bolzano	22,7%
	Provincia Trento	20,5%
	Veneto	43,1%
	Friuli-Venezia Giulia	46,5%
	Emilia-Romagna	44,8%
	Toscana	41,7%
	Umbria	20,7%
	Marche	29,8%
	Lazio	14,5%
	Abruzzo	26,6%
	Molise	18,2%
	Campania	12,1%
	Puglia	11,5%
	Basilicata	22,2%
	Calabria	1,7%
	Sicilia	12,0%
	Sardegna	16,1%
	Italia	29,2%

Fonte: elaborazioni personali su dati Istat

Inoltre, confrontando il dato riguardante le esportazioni regionali con il PIL nazionale, la capacità esportativa della Puglia scende allo 0,5%.

Questi risultati rivelano le scarse capacità della regione nell'esportare; tuttavia, si auspica che migliorando anche il sistema nazionale e regionale delle infrastrutture, della logistica e dei trasporti, tale risultato potrebbe cambiare.

2.2. L'olivicoltura pugliese

L'olivicoltura pugliese ha origini antichissime, risalenti all'epoca precristiana dei Messapi quando l'olio veniva utilizzato sia come prodotto gastronomico che come farmaco naturale e/o per la cura estetica del corpo. Fortunatamente, nei secoli successivi, l'olivicoltura ha piantato solide radici – letteralmente e non – fino a divenire una vera e propria tradizione, un simbolo identitario per le comunità pugliesi, oltre che costellare la superficie regionale di uliveti, antichi frantoi, masserie e muretti a secco che ogni anno attirano milioni di visitatori.

L'obiettivo di questo paragrafo è quello di dettagliare la filiera olivicola della regione per comprendere i suoi punti di forza e di debolezza.

Come studiato in precedenza, la produzione del settore olivicolo si suddivide in due fasi, quella agricola e quella industriale. La fase agricola pugliese si compone di esperti olivicoltori che si dedicano alla cura delle immense distese di ulivi e alle relative cultivar e successivamente alla raccolta dei frutti. Nel 2022, gli uliveti della regione destinati alla produzione di olive da tavola e da olio occupavano 348.950 ettari di superficie; malgrado si sia registrata una riduzione di ettari negli ultimi tre anni, la regione Puglia è sempre la prima su scala nazionale per ettari di superficie in produzione. Confrontando la Puglia con la Toscana, prima regione italiana per esportazione di olio d'oliva, risulta che quest'ultima nel 2022 ha destinato solo 85.401

ettari alle coltivazioni di olive da tavola e da olio, ovvero il 13,9% della sua superficie agricola disponibile.

Inoltre, la Puglia gode anche della presenza di numerose varietà di olive, ognuna con le sue peculiarità e qualità, destinate sia alla molitura sia alla produzione di olive da tavola. Le differenti cultivar sparse sul territorio regionale prendono il loro nome e le loro caratteristiche dalla zona di coltivazione. Infatti, fra le principali cultivar destinate alla produzione di olio, vi sono: l'Ogliarola (o Cima) di Bitonto diffusa nella zona di Bari; l'Ogliarola Garganica presente nel Nord della Puglia e più in generale nella provincia di Foggia; l'Ogliarola Leccese, ovvero la madre dei maestosi ulivi secolari salentini; la Cima di Mola, Olivastra e Leccina presenti a sud della provincia di Bari, sia nell'entroterra della Valle d'Itria, che nelle zone costiere di Monopoli e Polignano; infine, l'oliva Coratina e la Peranzana sono le varietà per eccellenza destinate principalmente alla produzione di olio extravergine monocultivar, ovvero quello estratto da una sola varietà di olive e pertanto il più pregiato, "eccezionale e unico, con una forte personalità, capace di rappresentare in modo inequivocabile il territorio che lo ha generato per secoli."¹⁸ All'opposto del monovarietale vi è l'olio d'oliva blend, ottenuto dall'accostamento e dalla miscelazione di più varietà; la così detta tecnica del blending origina un prodotto unico, poiché coniuga fragranze diverse, con caratteristiche organolettiche particolari. Per quanto riguarda le olive da mensa o da tavola, invece, le cultivar si caratterizzano per la polposità e la grandezza delle olive; fra queste, le più conosciute sono: la Leccina, la Cellina Barese e la Bella di Cerignola. Questo ricco patrimonio varietale pugliese, unitamente all'expertise di olivicoltori e frantoiani, ha dato vita a prodotti di qualità certificati Dop e Igp. Attualmente gli olii Dop sono cinque, ognuno prodotto in un'area diversa della Puglia, come raffigurato nella rappresentazione geografica sottostante.

¹⁸ "Le olive pugliesi: varietà e monocultivar", Frantoio Muraglia, "online", <<https://www.frantoiomuraglia.it/olive-pugliesi-monocultivar/#:~:text=Cima%20di%20Mola%2C%20Olivastra%2C%20Leccina,trulli%20Alberobello%20e%20Martina%20Franca.>>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

Figura 2.9 – Provenienza olii DOP di Puglia



Fonte: apuliandtours.eu

“L’olio extravergine di oliva a Denominazione di Origine Protetta “Dauno” è ottenuto da diverse varietà di olive prodotte nella provincia di Foggia, quali Peranzana Provenzale, Coratina, Ogliarola garganica, associate rispettivamente alle menzioni geografiche “Alto Tavoliere”, “Basso Tavoliere”, “Gargano”, mentre la menzione geografica “Sub-Appennino” è riservata all’olio extravergine di oliva ottenuto dalle varietà Ogliarola, Coratina e Rotondella. [...] si caratterizza per il colore che varia dal verde al giallo e assume caratteristiche differenti all’olfatto e al gusto, che variano dal fruttato all’erbaceo, dal dolce all’amaro, dal mandorlato al piccante, in base alle varietà utilizzate”.¹⁹

Il marchio Dop “Terra di Bari” si riferisce a un olio extravergine di oliva prodotto nell’omonima provincia, principalmente dalle cultivar Coratina, Cima di Bitonto, Cima di Mola. E, come si legge nella legenda della cartina in alto, comprende l’Olio di Castel del Monte, di Bitonto e della Murgia dei Trulli e delle Grotte.

Per poter ottenere la Denominazione di Origine Protetta “Collina di Brindisi”, l’olio deve provenire, come minimo per il 70%, dalle olive Ogliarola e la restante parte dalle altre varietà presenti nella provincia, tra cui la Cellina di Nardò, Coratina, Frantoio,

¹⁹ “Dauno DOP”, Regione Puglia, “online”, <<https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/-/dauno-dop>>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

Leccino, Picholine. Quest'olio si caratterizza per "una spiccata intensità di fruttato, in cui si distinguono una leggera sensazione di amaro e un altrettanto delicata sensazione di foglia e simili con una leggera percezione di amaro e piccante all'assaggio".²⁰

Le varietà Leccino, Coratina, Ogliarola e Frantoio presenti sul territorio della provincia di Taranto danno vita all'olio extravergine di oliva a Denominazione di Origine Protetta "Terre Tarentine".

"Le eccezionali condizioni pedoclimatiche dell'areale dell'Arco Jonico tarantino unite all'ambiente caratteristico della zona di produzione della DOP "Terre Tarentine" conferiscono all'olio extravergine d'oliva attributi inconfondibili tra cui un sapore fruttato con media sensazione di amaro e leggera sensazione di piccante, dovuto alla produzione di un'ampia gamma di polifenoli la cui produzione è stimolata dal clima mediterraneo caldo-arido e i terreni sabbiosi e profondi, in prevalenza del tipo rosso-bruni che caratterizzano la zona di produzione".²¹

Infine, l'olio extravergine di oliva "Terra d'Otranto DOP" deriva da almeno il 60% degli uliveti di Cellina di Nardò e Ogliarola presenti nella provincia di Lecce e la restante parte dalle altre varietà presenti nella zona.

Oltre alle certificazioni Dop sopra elencate, la regione vanta anche della produzione di un olio extravergine di oliva con Indicazione Geografica Protetta, l'"Olio di Puglia". Tale prodotto "si contraddistingue per la grande varietà di caratteristiche sensoriali che traggono origine dal genotipo delle sue numerose cultivar autoctone, dalle particolarità dell'ambiente geografico e pedo-climatico e dalle tecniche colturali ed estrattive tipiche del territorio di origine".²² Affinché l'olio possa avere tale denominazione deve contenere almeno il 70% delle varietà regionali e per il restante 30% possono concorrere le varietà nazionali. Le certificazioni di qualità per i prodotti

²⁰ "Collina di Brindisi DOP", Regione Puglia, "online", <<https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/-/collina-di-brindisi-dop-1>>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

²¹ "Terre Tarentine DOP", Regione Puglia, "online", <<https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/-/terre-tarentine-dop>>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

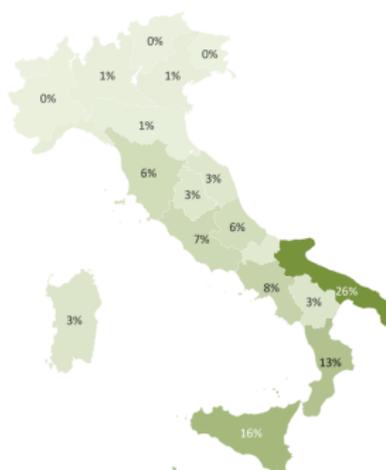
²² "Olio di Puglia IGP", Regione Puglia, "online", <https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/dettaglio-bando/-/asset_publisher/H4dULHBXWyaT/content/olio-di-puglia-igp>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

agroalimentari indicano una qualità superiore e arginano le vendite di prodotti contraffatti, rappresentando una garanzia d’acquisto per il consumatore finale. Inoltre, l’obiettivo di tali attestazioni è anche quello di tutelare i produttori e il loro lavoro poiché aderiscono e rispettano rigidi disciplinari durante le fasi della produzione. Secondo l’ultima “Scheda di settore” redatta da Ismea nel febbraio 2023, in Puglia, le aziende agricole impegnate nel settore olivicolo nel 2020 erano 161.009, ovvero il 26% del totale, a fronte delle 36.762 aziende olivicole toscane che rappresentano solo il 6%. Si notino anche le ripartizioni non indifferenti della Calabria e della Sicilia che ammontano rispettivamente al 13% e 16%.

Figura 2.10 – Le aziende agricole nel settore olivicolo

Le aziende agricole nel settore olivicolo			
	2010	2020*	Var. % 20/10
Piemonte	641	1.939	202%
Valle d'Aosta	47	71	51%
Liguria	13.532	7.566	-44%
Lombardia	1.939	4.506	132%
Trentino Alto Adige	845	1.056	25%
Veneto	6.389	6.114	-4%
Friuli-Venezia Giulia	517	832	61%
Emilia-Romagna	4.922	5.515	12%
Toscana	50.328	36.762	-27%
Umbria	24.195	17.575	-27%
Marche	25.458	18.274	-28%
Lazio	67.996	41.790	-39%
Abruzzo	54.852	34.551	-37%
Molise	19.262	13.355	-31%
Campania	85.870	51.600	-40%
Puglia	227.245	161.009	-29%
Basilicata	32.753	20.340	-38%
Calabria	113.907	79.965	-30%
Sicilia	140.164	96.176	-31%
Sardegna	31.212	20.382	-35%
Italia	902.074	619.378	-31%

La ripartizione regionale delle aziende olivicole 2020



Fonte: Ismea su dati Censimento dell'Agricoltura 2010 e 2020 elaborati da CREA

Fonte: ismeamercati.it

Negli ultimi anni, le aziende agricole olivicole e gli olivicoltori pugliesi hanno sofferto il susseguirsi di sfavorevoli eventi che hanno negativamente impattato il settore, in primis l’avvento della Xylella Fastidiosa e, più recentemente, i cambiamenti climatici. Secondo la rivista Wired Italia, “il batterio della Xylella è arrivato probabilmente nel 2008 in Italia attraverso un insetto ospitato da una piantina di caffè, in arrivo dal Costa Rica. Ma si notò la sua presenza solo cinque anni più tardi a causa del disseccamento

rapido, una patologia degli ulivi che prima li rende sterili e poi li uccide”.²³ La sua diffusione è attribuita alla sputacchina, un piccolo insetto che funge da trasportatore del batterio. Nel 2013, la Xylella fu intercettata per la prima volta nel Salento e da quel momento la sua diffusione è stata talmente rapida in tutta la superficie regionale da portare alla morte 21 milioni di ulivi. Da allora, sono state messe in atto misure fitosanitarie e interventi finanziari volti a contrastare la diffusione del batterio. Purtroppo, giungere alla definizione di chiare e tempestive misure antibatteriche non è stato affatto semplice in quanto entravano in contrasto con i principi della tradizione olivicola pugliese. Infatti, tra gli interventi di contenimento della Xylella, l’eradicazione significava distruggere il paesaggio e il valore identitario dell’olivo per le comunità autoctone; pertanto, è stato definito dalla Commissione Agricoltura che l’abbattimento delle piante infette deve andare di pari passo con interventi di rigenerazione del terreno, reimpianti di specie tolleranti al batterio (Leccino e FS-17) e costanti interventi di potatura per favorire la rigenerazione. Inoltre, l’attuazione di misure fitosanitarie prevede l’uso massiccio di erbicidi e insetticidi, i quali si scontrano con il metodo biologico e arrecano danni economici agli olivicoltori che seguono suddetti metodi. In questo senso, si sono resi necessari interventi di finanza per coprire sia le perdite degli olivicoltori che i costi per gli interventi di contrasto, salvaguardia e prevenzione degli ulivi. Fra i più recenti, si cita il decreto-legge n. 27 del 2019 che ha previsto “150 milioni di euro per ciascuno degli anni 2020 e 2021 per l’adozione di un Piano straordinario per la rigenerazione del settore olivicolo della Puglia nelle zone che sono risultate infette dal batterio della Xylella fastidiosa”.²⁴ I 300 milioni di euro sono stati destinati a specifiche misure elencate nella tabella sottostante.

²³ GIANLUCA SCHINAIA, “Xylella torna a minacciare gli ulivi in Puglia”, Wired Italia, 02/07/2023, “online”, <<https://www.wired.it/article/xylella-ulivi-puglia-bari-nanotecnologie/#due>>, ultima consultazione: 25 agosto 2023.

²⁴ “Gli interventi per il contrasto al batterio della Xylella fastidiosa”, Camera dei deputati, 05/07/2022, “online”, <https://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1208003.pdf?_1584396517115>, ultima consultazione: 25 agosto 2023.

Tabella 2.3 – Destinazione delle risorse per la rigenerazione del settore olivicolo della Puglia

AZIONI		Millioni di €	MISURE	2020	2021	TOTALE
1	Contrasto alla diffusione della Xylella	5,00	A. Contrasto al vettore ed eliminazione delle fonti di inoculo	2,00	3,00	5,00
2	Ripristino potenzialità produttiva	250,00	A. Rimozione piante disseccate a seguito di Xylella nella zona infetta	5,00	15,00	20,00
			B. Reimpianti e riconversioni tramite cultivar di ulivo resistenti	14,00	26,00	40,00
			C. Riconversioni verso altre colture	10,00	15,00	25,00
			D. Salvaguardia ulivi secolari o monumentali	1,00	4,00	5,00
			E. Sostegno al reddito: interventi compensativi imprese agricole	85,00	35,00	120,00
			F. Interventi compensativi in favore dei frantoi oleari	20,00	15,00	35,00
			G. Sostegno alle imprese vivaistiche	2,00	3,00	5,00
3	Rilancio economia rurale aree danneggiate	10,00	A. Contratti di filiera e di distretto	-	5,00	5,00
			B. Diversificazione dell'economia rurale e accorpamento fondiario	-	5,00	5,00
4	Azioni orizzontali	25,00	A. Comunicazione e informazione	2,00	3,00	5,00
			B. Ricerca e sperimentazione	5,00	15,00	20,00
5	Monitoraggio e rete laboratori	10,00	A. Potenziamento rete laboratori pubblici	2,00	3,00	5,00
			B. Monitoraggio e diagnostica	2,00	3,00	5,00
TOTALE AZIONI		300,00	TOTALE MISURE	150,00	150,00	300,00

Fonte: camera.it

Oltre alle iniziative di natura meramente politica, c'è stato un movimento sociale che ha coinvolto agronomi, agricoltori, ricercatori e, più in generale, difensori della propria terra e sostenitori della cultura dell'olivo nella ONLUS "[Save the Olives](#)". Si tratta di una organizzazione no-profit che vede l'attrice Helen Mirren come prima sostenitrice e madrina del progetto, e il cui manifesto si fonda su tre pilastri: 1) credere nella scienza e sostenere la ricerca; 2) salvaguardare gli ulivi monumentali; 3) creare un nuovo paesaggio del Salento. L'ultimo gesto di amore per la propria terra è stato fatto dal grande evento "La Notte della Taranta 2023" che, per il secondo anno consecutivo, ha devoluto il ricavato per piantare altri 1500 ulivi nel Parco Ulivi Taranta a Carpignano Salentino con la collaborazione dell'Associazione Olivami.

Lo scorso anno, la fase agricola ha dovuto affrontare anche le ardue conseguenze dei cambiamenti climatici, in particolare la siccità e le gelate, che hanno provocato una drastica diminuzione della produzione pari al -52%; pertanto, "è venuta a mancare 1 bottiglia su 2 di olio extravergine Made in Puglia".²⁵ In aggiunta, il vertiginoso

²⁵ "Per colpa della siccità crolla la produzione di olio in Puglia: -52%", La Gazzetta del Mezzogiorno, 11/03/2023, "online", <<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/puglia/1387452/per-colpa-della-siccita-crolla-la-produzione-di-olio-in-puglia>>

aumento dei costi in seguito allo scoppio della guerra in Ucraina ha pesantemente colpito le aziende olivicole, “e quasi 1 realtà su 10 (9%) ha lavorato in perdita con il rischio di chiusura, secondo i dati Crea”.²⁶ Sono stati anni difficili per la filiera olivicola che hanno messo a repentaglio il lavoro di centinaia di persone; tuttavia, l’olivicoltura pugliese non si è mai arresa e ha sempre continuato a guardare oltre, cercando di soddisfare i bisogni del mercato e dell’ambiente. Infatti, “secondo i dati del Sistema d’Informazione Nazionale sull’Agricoltura Biologica (SINAB), aggiornati al 31/12/2021, in Puglia le superfici coltivate con metodi biologici sono pari a 286.808 ettari, con un incremento rispetto all’anno precedente del 6,4%”.²⁷ Ovviamente, la maggior parte delle superfici biologiche sono dedicate alle colture dell’olivo e della vite per il 31,2%. In aggiunta, analizzando i dati relativi al comparto biologico emerge che la Puglia possiede un’elevata professionalità nel settore poiché confrontando la dimensione media delle aziende biologiche, pari a 34,2 ettari, con quelle convenzionali, pari a 6,7 ettari, risalta una notevole differenza. Anche per quanto riguarda gli operatori del settore biologico si registra un dato simile a quello riscontrato per gli agricoltori convenzionali, ovvero una maggiore diffusione di produttori (8.398 unità) rispetto ai trasformatori (2.225 unità). Si tratta di una caratteristica generale del Paese che vede le regioni del Mezzogiorno prevalentemente impegnate nella produzione e quelle del Centro-Nord nella trasformazione e commercializzazione dei prodotti alimentari.

Prima di passare all’analisi della fase industriale pugliese, si ricorda che quest’ultima si suddivide a sua volta in attività di prima trasformazione e attività di seconda trasformazione. Il lavoro svolto all’interno dei 766 frantoi pugliesi - registrati nell’annata 2020-2021 - rientra nelle attività di prima trasformazione.

52.html#:~:text=BARI%20%2D%20Con%20il%20crollo%20della,record%20dei%20costi%20di%20produzione>, ultima consultazione: 28 agosto 2023.

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ AA.VV., “L’agricoltura pugliese conta 2023”, Crea, marzo 2023, “online”, p. 53, <https://www.crea.gov.it/documents/68457/0/Puglia_Cifre2023_DEF++%281%29.pdf/57cfcc92-96df-5bbd-10ec-fbb4e8ed1b8c?t=1678099311537>, ultima consultazione: 28 agosto 2023.

Nonostante le numerose difficoltà del settore sopra elencate, il 51% della produzione di olio di oliva nazionale delle ultime campagne dal 2018 al 2021 proviene proprio dalla Puglia, come è possibile notare nel grafico sottostante.

Figura 2.11 – Produzione di olio di oliva nelle regioni italiane

La produzione di olio di oliva - Tonnellate				
	media 2018-21	2021	2022*	Var. % 22/21
Piemonte	14	10	22	116%
Lombardia	751	157	903	475%
Trentino Alto Adige	317	90	501	457%
Veneto	1.865	420	1.960	367%
Friuli Venezia Giulia	102	74	141	90%
Liguria	3.201	1.517	2.320	53%
Emilia Romagna	1.185	1.185	1.631	40%
Toscana	15.461	10.918	17.550	61%
Umbria	5.096	3.178	5.600	76%
Marche	2.999	3.682	3.200	-13%
Lazio	12.253	12.166	15.600	28%
Abruzzo	8.770	11.037	5.800	-47%
Molise	2.818	3.158	2.684	-15%
Campania	11.443	10.853	11.400	5%
Puglia	145.037	177.407	99.700	-44%
Basilicata	4.413	5.919	2.200	-63%
Calabria	35.593	44.792	26.109	-42%
Sicilia	31.153	38.870	31.545	-19%
Sardegna	3.416	3.613	6.552	81%
Italia	285.888	329.026	235.418	-28%

Ripartizione della produzione per regione: media ultime 2018-21



Fonte: ISMEA su dati Agea; *2022 stima Ismea gennaio 2023

Fonte: ismeamercati.it

La Calabria ha concorso per il 12% della produzione e la Sicilia per l'11%. La Toscana, invece, ha contribuito nella produzione nazionale di oliva di oliva solo per il 5% grazie al lavoro dei 393 frantoi presenti sul territorio regionale.

I frantoi pugliesi si caratterizzano per l'elevata diffusione sul territorio regionale, il che presuppone la vicinanza ai luoghi di coltivazione; di conseguenza, vi è una maggiore probabilità che i processi di molitura avvengano entro 24 ore dalla raccolta delle olive, tempistica ideale per ottenere un'ottima qualità del prodotto finale.

Unitamente a ciò, dispongono della forte specializzazione dei frantoiani che seguono le fasi della trasformazione delle olive in olio: la molitura, la gramolatura e l'estrazione. La figura del frantoiano è stata tramandata di generazione in generazione, acquisendo un valore inestimabile sino all'istituzione di un unico e apposito Albo regionale in cui si riconosce la figura del "Mastro oleario". "L'art. 2 della legge regionale 24 marzo 2014 n. 9, individua il mastro oleario come il responsabile della conduzione tecnica del

frantoio, di norma coincidente con il titolare dell'impresa".²⁸ E dal 2021, la Regione Puglia ha approvato, come è possibile leggere nel sito ufficiale, le Linee Guida per l'erogazione dei percorsi formativi dedicati alle figure specializzate nella conduzione dei frantoi. Si tratta sicuramente di una tecnica per valorizzare e dare continuità a questa figura così importante all'interno della filiera.

Grazie all'abbondante presenza e alla forte specializzazione, i frantoi pugliesi si contraddistinguono anche per le loro dimensioni, determinate dalle quantità di olive molite. Infatti, nel 2021, nonostante tutte le difficoltà della regione, sono state molite 1.517 tonnellate di olive per frantoio; invece, in Toscana solo 190 tonnellate.

Dal punto di vista imprenditoriale, invece, il sistema dei frantoi è ancora molto frammentato e caratterizzato dalla presenza di piccoli produttori e aziende di dimensioni medio-piccole. Ciononostante, secondo il report "La produzione olearia in Puglia" redatto nel 2019 da iCribis, all'interno della regione si registrano quasi il 50% di società di capitali, e il 30,6% di imprese individuali. Questi dati sono in controtendenza rispetto a quelli registrati a livello nazionale. Inoltre, per ridurre la frammentazione del settore e offrire a imprenditori e investitori un'immagine solida e stabile, oltre che professionale, ci sono state nel corso degli anni numerose attività di associazionismo e cooperazione. Queste iniziative sono state mosse anche dall'intento di rivendicare i diritti dei frantoiani e tutelare il loro ruolo centrale lungo la filiera.

Per esempio, l'[Associazione dei Frantoiani di Puglia](#) (A.F.P.) nata nel 2010, è costituita da imprenditori che difendono gli interessi delle imprese del settore, rispettando l'ambiente e i diritti dei consumatori; la rapida crescita dell'A.F.P. ha permesso il Riconoscimento Ministeriale e la leadership in Puglia.

Relativamente alle cooperative, invece, l'organizzazione [Puglia Olive](#) "in forma di società cooperativa agricola ha raggruppato esperti del settore olivicolo, tecnici e

²⁸ GIOVANNI PANZA, "Mastri oleari, in Puglia unico albo in Italia a cui iscriversi", La Gazzetta del Mezzogiorno, 11/01/2017, "online", <<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/news-agroalimentari/846104/mastri-oleari-in-puglia-unico-albo-in-italia-a-cui-isciversi.html>>, ultima consultazione: 29 agosto 2023.

produttori, con l'intento di valorizzare l'olio extravergine di oliva pugliese".²⁹ Oltre a mettere in luce il prodotto finito, lo scopo della suddetta organizzazione è anche quello di fornire alle aziende imbottigliatrici una materia prima certificata e tracciabile.

Il lavoro svolto all'interno delle industrie imbottigliatrici, dei sansifici e delle raffinerie rientra nelle attività di seconda lavorazione della fase industriale. La Puglia, e più in generale il Mezzogiorno, non dispongono di importanti industrie ma di tante piccole aziende "che talvolta imbottigliano e che, nella stragrande maggioranza dei casi, hanno un fatturato inferiore ai 20 milioni di euro".³⁰ Al contrario, nel Centro-Nord del Paese sono localizzate "industrie imbottigliatrici di grandi dimensioni [...], per lo più con sede in Umbria, Toscana e Liguria".³¹ Come è possibile leggere nell'ultima "Scheda di settore" stilata da Ismea, la grande dimensione permette una migliore capacità di organizzazione dell'offerta, la partecipazione attiva nella ricerca e sviluppo insieme ad organismi pubblici italiani ed internazionali e una maggiore propensione all'export. Questi elementi potrebbero spiegare in parte il perché la Toscana è la prima regione italiana per volume di esportazioni di olio d'oliva, nonostante le contenute quantità prodotte, e perché l'olio toscano IGP sia particolarmente apprezzato e popolare sui mercati nazionali e internazionali.

Come visto anche in precedenza, la filiera italiana dell'olio si fonda su un particolare dualismo geografico: le regioni del Sud Italia, grazie alle rinomate competenze nel mondo rurale, si distinguono per le elevate quantità prodotte; e le regioni del Centro-Nord, grazie alla presenza di solide e affermate industrie, alle tecniche di vendita e di marketing, si distinguono per l'imbottigliamento e la commercializzazione di olio d'oliva prodotto nel Mezzogiorno. Pertanto, vi è un movimento di olio sfuso che dalle regioni produttrici confluisce verso le industrie di imbottigliamento. Generalmente,

²⁹ "Insieme per fare la differenza", PUGLIAOLIVE, "online", <<https://www.pugliaolive.it/chi-siamo/>>, ultima consultazione: 30 agosto 2023.

³⁰ MARIO COLA, TIZIANA SARNARI, "La competitività della filiera olivicola. Analisi della redditività e fattori determinanti", *Rete Rurale Nazionale 2014-2020*, p. 17.

³¹ *Ibidem*.

prima di essere imbottigliato e messo sul mercato, l'olio viene miscelato con altri prodotti provenienti da altri mercati regionali italiani o da altri mercati esteri.

L'intero fenomeno è stato definito “parabola della moltiplicazione dell'extravergine” in un articolo del blog 'Meridionline' e l'immagine seguente lo rappresenta.

Figura 2.12 – La moltiplicazione dell'extravergine



Fonte: meridionline.it

“Secondo una stima, ad ogni litro d’olio prodotto in Toscana corrispondono 10 litri di olio imbottigliato che finisce negli scaffali nazionali e soprattutto internazionali”.³² Ma, a prescindere dalle stime, ciò che è certo è che la Puglia e tutte le regioni produttrici del Sud Italia perdono il valore aggiunto dell’olivicoltura. Nonostante siano stati effettuati tentativi di dialogo e accordo tra le due realtà, queste non riescono ancora a convivere in modo efficiente per l’intera filiera. Pertanto, sarebbe opportuno elaborare una strategia comune nazionale che possa valorizzare tanto le imprese del Nord quanto quelle del Sud.

³² “Toscana: la parabola della moltiplicazione dell'extravergine”, Meridionline, novembre 2021, “online”, <<https://meridionline.it/blog/toscana-parabola-moltiplicazione-extravergine/>>, ultima consultazione: 30 agosto 2023.

Capitolo 3. Il caso studio “Tenute Allegretti”

Dopo aver compreso il quadro generale economico e sociale della Puglia e aver approfondito i punti di forza e debolezza della filiera olivicola all'interno della regione, questo capitolo si focalizzerà sullo studio di un caso di successo pugliese: l'azienda agricola biologica Tenute Allegretti. Tale scelta è stata orientata dall'analisi del modello di business, esattamente in controtendenza rispetto a quanto precedentemente osservato per le aziende agricole olivicole pugliesi, e proprio per questo di particolare esito.

Per poter conoscere da vicino questa realtà pugliese e analizzarla da diversi punti di vista, è stata condotta un'intervista diretta al giovane imprenditore Marco Rizzi, CEO dell'impresa. Grazie alla sua disponibilità, nella mattinata di sabato 30 settembre 2023 è stato possibile effettuare una visita agli stabilimenti aziendali, che ha permesso una migliore comprensione delle tecniche di trasformazione e produzione. Dopo aver visto dove e con quali macchinari viene prodotto l'olio extravergine d'oliva, l'incontro si è spostato nell'ufficio del CEO, dove è avvenuta l'intervista. Per la stessa sono state preparate preventivamente ventinove domande abbastanza specifiche riguardo alla storia di costituzione dell'azienda, a come è stato gestito il passaggio generazionale, alle innovazioni tecniche e tecnologiche introdotte, nonché al contesto economico-sociale in cui l'azienda agricola opera. Con l'aiuto del registratore vocale del mio dispositivo mobile, ho registrato l'intervista con il CEO, che si è rivelata, alla fine, una piacevole chiacchierata, uscendo dalla rigidità e formalità delle domande preparate. Successivamente, è stato svolto un lavoro di trascrizione e rielaborazione delle risposte nei paragrafi sottostanti, per macro-argomenti.

Oltre all'intervista diretta, è stata anche condotta un'indagine digitale sui profili social dell'azienda agricola: a partire dal sito ufficiale www.tenuteallegretti.com, sino alle pagine Facebook e Instagram “Olio Allegretti”, per cercare di comprendere la *digital strategy* utilizzata, estrapolando le immagini dei prodotti venduti e analizzando le didascalie.

Il presente caso studio ha permesso vari spunti di riflessione, nonché l'elaborazione di alcune strategie di crescita e miglioramento attuabili dalle imprese olivicole del Mezzogiorno, storicamente dedicate solo ed esclusivamente alla coltivazione e alla produzione di olio vergine ed extravergine di oliva.

3.1. La storia

Situata nella provincia di Brindisi, precisamente nella località di Montalbano di Fasano, Tenute Allegretti è l'esempio perfetto di un family business che ha saputo coniugare e fondere egregiamente l'eredità di famiglia con le più avanzate tecnologie del settore per dare vita al rinomato e pluripremiato "Olio Allegretti".

Figura 3.1 – "Tenute Allegretti" dall'alto



Fonte: materiale aziendale

Ciò è stato reso possibile grazie alle competenze e al duro lavoro del giovane CEO Marco Rizzi, oggi al timone di questa azienda di successo all'interno del panorama olivicolo regionale. Classe 1985, dopo la laurea in Scienze Giuridiche, abbandona Bari e l'Italia per seguire un'industria familiare all'estero; poi, durante un viaggio a New

York, come lui stesso afferma nella mia intervista e come si legge nel sito web dell'azienda, la 'folgorazione' al Metropolitan Museum alla vista di una tela: "Ulivi con cielo giallo e sole. Van Gogh mi riporta in Puglia. Così realizzo, forse per la prima volta, di non avere ancora un sogno. Mi guardo indietro, ripercorro la strada verso casa, mi riavvicino alle radici. E decido di coltivarne uno".³³ Per farlo, sposta la residenza nella piccola frazione di Montalbano, spinto dalla forte volontà di dare continuità e un futuro ad un'azienda agricola fondata dal nonno materno (classe '29) che diversamente si sarebbe persa, in quanto mancava la volontà e la disponibilità da parte dei figli di occuparsene, avendo intrapreso strade professionali diverse. Pertanto, dieci anni fa, inizia l'"avventura agricola" del giovane Rizzi, il quale rileva in toto l'azienda e se ne occupa. Si tratta principalmente di terreni, tramandatisi di generazione in generazione e che facevano parte di una proprietà molto più estesa tempi addietro. Infatti, l'azienda discende da una nobile famiglia appartenente all'Ordine dei Cavalieri di Malta, quella della nonna Francesca, Duchessa di Mirabella, da cui deriva anche il nome dell'azienda.

Oggi giorno, Tenute Allegretti si estende per circa 100 ettari, 87 dei quali corrispondono alla Superficie Agricola Utilizzata (SAU) e conta un totale di 12.000 piante di ulivo; di queste, il 20% sono monumentali, alcuni esemplari anche millenari e la restante parte sono piante giovani di circa 40 anni, impiantate dal nonno di Marco Rizzi quando ha fondato l'azienda agricola.

³³ TENUTE ALLEGRETTI, "Radici", sezione del sito web dell'azienda, <<https://tenuteallegretti.com/radici/>>, ultima consultazione: 3 ottobre 2023.

Figura 3.1 – Il millenario



Fonte: foto scattata durante la visita in azienda

Tra gli uliveti di Tenute Allegretti è possibile trovare le cultivar Coratina, Picholine, Cima di Melfi, Ogliarola, Leccino, Frantoio e Nocellara etnea, utilizzate per la produzione delle pregiate collezioni di oli monocultivar e/o blend.

Figura 3.2 – Gli uliveti di Tenute Allegretti



Fonte: foto scattate durante la visita in azienda

Inoltre, grazie al lungimirante operato del nonno e alle attività di conversione intraprese, l'attuale e il principale metodo di coltivazione aziendale è il biologico.

Figura 3.3 – Marco Rizzi e il nonno



Fonte: materiale aziendale

Ovviamente, il signor Rizzi ha sin da subito condiviso e continuato la medesima tipologia di coltivazione anche perché aveva le idee piuttosto chiare in merito a quello che sarebbe stato il suo prodotto finale:

“un olio di altissima qualità da posizionare in fascia alta”.

Alla luce di ciò, è possibile affermare che, nel caso specifico di Tenute Allegretti, il passaggio generazionale è avvenuto in modo piuttosto lineare e senza controversie, diversamente da quanto spesso accade alle altre imprese italiane. Infatti, la difficoltà della successione aziendale l’ha incontrata anche il signor Rizzi, ma in altre attività di famiglia e in un settore completamente diverso da quello olivicolo. Comprendendo come si tratti di un problema storicamente italiano e intuendo la necessità dei giovani imprenditori di formarsi, incontrarsi e scambiarsi idee per poter attuare le migliori strategie, durante il suo mandato di consigliere nel direttivo dei Giovani Imprenditori di Confindustria Bari e BAT, il signor Rizzi e gli altri membri hanno organizzato diversi eventi e attività a riguardo; per esempio, l’ultima iniziativa è stata presentata il 30 marzo 2023 dal presidente di Confindustria Bari e BAT Sergio Fontana e da Alberto Chiesa Wealth Planning Head di Mediobanca Private Banking. “L’intesa, che è la prima del genere sottoscritta in Puglia da Mediobanca, consentirà di offrire consulenza gratuita agli imprenditori del territorio per migliorare la pianificazione patrimoniale, per gestire il passaggio generazionale, per aprire il capitale a terzi o per

affrontare un'eventuale quotazione".³⁴ Si tratta, dunque, di uno sforzo concreto per sostenere le imprese del Mezzogiorno in questa transizione generazionale ed è una grande opportunità per gli imprenditori giovani e non di sfruttare l'esperienza e le competenze professionali messe a disposizione di Mediobanca su temi specifici.

Per concludere, Tenute Allegretti è oggi un family business di successo, pronto a portare avanti con dedizione, passione, lungimiranza e innovazione un'eredità di famiglia con radici letteralmente ben piantate. Infatti, grazie alla sagacia del nonno materno da una parte, e la forte volontà del nipote dall'altra, il passaggio generazionale è avvenuto in modo lineare, senza grandi controversie, e in più ha apportato valore e successo alla preesistente azienda agricola biologica.

3.2. La filiera corta: le fasi produttive

I capitoli e i paragrafi precedenti hanno illustrato come la filiera olivicola italiana sia organizzata essenzialmente in due fasi di lavorazione distinte e come ognuna di queste avvenga in aree territoriali del Paese diverse; a grandi linee, infatti, tutte le attività connesse alla fase agricola si svolgono nelle regioni del Mezzogiorno, mentre le lavorazioni della fase industriale, in particolar modo quella relativa all'imbottigliamento, si compiono nelle zone del Centro-Nord.

Ciononostante, come precedentemente accennato, l'azienda agricola Tenute Allegretti si è sviluppata, e continua a farlo, seguendo un modello di business completamente in opposizione rispetto a quello delle numerose aziende agricole olivicole sparse sul territorio pugliese e meridionale. Infatti, la produzione della suddetta azienda si contraddistingue per essere a filiera corta, per cui vi è un ristretto numero di passaggi

³⁴ "Passaggio generazionale e crescita dimensionale, consulenza gratuita per le imprese", Confindustria Brai e BAT, "online", 30 marzo 2023, <<https://confindustria.babt.it/passaggio-generazionale-e-crescita-dimensionale-consulenza-gratuita-per-le-imprese/>>, ultima consultazione: 3 ottobre 2023.

produttivi e intermediazioni commerciali che permettono il contatto diretto fra il produttore e il consumatore, oltre che determinare la genuinità del prodotto. Nello specifico, tutte le fasi di produzione e di commercializzazione – dalla raccolta delle olive fino all’imbottigliamento e al confezionamento – sono internalizzate, permettendo la vendita di prodotti esclusivamente a marchio “Tenute Allegretti”.

Figura 3.4 – La raccolta



Fonte: foto scattate durante la visita in azienda

Organizzare e orientare il lavoro aziendale in questo senso non è stato semplice per l’azienda fasanese in quanto, partendo da zero, non disponeva di competenze specifiche in materia. Pertanto, se da un lato l’inesperienza e le poche conoscenze a riguardo avrebbero potuto rappresentare un vero e proprio svantaggio per l’azienda, dall’altro lato si è rivelato negli anni un vero e proprio valore aggiunto poiché, come dichiara il signor Rizzi, ciò è stato possibile in quanto

“non soffrivamo di vecchi retaggi, non abbiamo ‘ereditato’ questo lavoro, con annesse metodologie, da chi lo faceva prima di noi, credendo, per di più, di farlo nel migliore dei modi”.

Da queste affermazioni emerge, purtroppo, uno dei più grandi problemi dell’imprenditoria olivicola del Mezzogiorno d’Italia: l’inabilità e l’incapacità di mettersi in discussione, di guardarsi attorno e al futuro. A partire da questa mancanza, le aziende agricole pugliesi hanno contribuito alla nascita di grandi imprese nel Settentrione con capacità imprenditoriali e commerciali migliori, trasferendo innumerevoli quantità di olio sfuso dal Sud al Nord del Paese.

Inoltre, l’intervistato aggiunge che:

“l’ignoranza, nel senso più tecnico del termine, inteso come non conoscenza, ci ha obbligati, per certi versi, a studiare le migliori tecniche di coltivazione e di lavorazione, a testarle, ad approfondirle ed a migliorarle nel tempo”.

Naturalmente, si è trattato di un processo lungo, indipendente, frutto di sacrifici e relazioni personali che hanno permesso il raggiungimento di eccellenti risultati: nell’arco di soli cinque anni – inclusi due anni di pandemia che hanno sicuramente rallentato il processo di sviluppo – oggi l’olio Allegretti è uno tra i migliori e più premiati al mondo e serve le più importanti realtà gastronomiche e di *fine dining* del Paese.

Al fine di ottenere questo straordinario seguito, oltre alla determinazione e alla perseveranza del CEO, Tenute Allegretti ha potuto fare affidamento su due elementi molto importanti: il personale e il capitale investito. Oggi, l’azienda è composta da una quindicina di addetti stagionali con contratto agricolo e, per giunta, si prevede l’assunzione di altre quattro unità nei prossimi dodici mesi. A tal proposito, il signor Rizzi si ritiene molto fortunato nell’aver creato un gruppo di lavoro che lo segue rigorosamente e con entusiasmo nelle varie sperimentazioni e innovazioni, sebbene ciò abbia comportato percorsi di formazione che hanno letteralmente stravolto la metodologia di lavoro utilizzata per decenni.

Per quanto riguarda il capitale investito nelle innovazioni tecniche e tecnologiche, invece, questo proveniva per il 40% da fondi pubblici, in particolare dal Programma di Sviluppo Rurale (PSR) e dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), e per il restante 60% da capitale proprio. A tal proposito, sembrerebbe che la presenza della pubblica amministrazione rappresenti un sostegno, un punto di riferimento per le imprese e che, come in questo caso, possa influenzare positivamente le performance aziendali. Tuttavia, secondo l’esperienza e le considerazioni del signor Rizzi,

“la pubblica amministrazione è sempre un punto interrogativo e se si vuol crescere bisogna essere pronti a poterne fare a meno.”

Tali affermazioni sono motivate da un avvenuto ritardo di ben quattro anni nell'erogazione di un fondo perduto; ragion per cui, egli sostiene che

“bisogna essere pronti ad anticipare le risorse o, comunque, a reperirle diversamente.”

D'altra parte, però, i fondi perduti rappresentano una grande opportunità poiché incidono significativamente sul piano industriale di un'azienda e sul relativo cash flow.

Gli investimenti effettuati da Tenute Allegretti avevano un duplice obiettivo: da una parte, quello di snellire, velocizzare e, in un certo senso, semplificare i processi produttivi; d'altra parte, quello di munirsi dei macchinari più all'avanguardia sul mercato per garantire le più elevate caratteristiche organolettiche del prodotto finale. Ad esempio, per quanto riguarda la fase agricola e i processi di coltivazione, gli ultimi investimenti effettuati sono stati destinati al rifacimento dei pozzi artesiani che permettono l'irrigazione degli uliveti: attraverso l'incamiciatura ex novo e l'installazione di nuovi quadri elettrici con inverter e pompe di sollevamento più efficienti, l'azienda ha beneficiato di un risparmio idrico ed energetico; tale cambiamento ha dunque apportato effetti positivi in termini di ottimizzazione dei costi, ottenendo prestazioni più elevate.

Strettamente connesso a questo ammodernamento, c'è stato anche l'investimento dedicato alla realizzazione dell'impianto di subirrigazione, volto a sostituire il “metodo classico” che prevedeva la stesura delle ali gocciolanti lungo i terreni. Nel caso della subirrigazione, invece, è stata realizzata una doppia ala gocciolante, posizionata a 40 cm di profondità, in modo da evitare qualsiasi problema durante le arature, a destra e sinistra di ogni albero, ad un raggio di circa 100/120 cm dal tronco. Unitamente alla subirrigazione, l'azienda ha implementato anche la tecnica della fertirrigazione che consente la distribuzione dei fertilizzanti insieme alle acque di irrigazione; dunque, non essendo più necessaria la stesura delle tubazioni durante i periodi primaverili ed estivi, Tenute Allegretti ha ottenuto un risparmio in manodopera. Inoltre, con l'installazione di una stazione meteo e di diversi igrometri,

sono in grado di apportare le giuste quantità d'acqua senza che ne venga utilizzata in eccesso. Emergono, dunque, l'attenzione e la cura impiegate per ogni singolo dettaglio, sin dalle primissime fasi di preparazione e coltivazione.

Analizzando anche le attività di prima trasformazione, è stato possibile constatare che il frantoio aziendale è uno dei più rinomati in termini di tecnologia poiché dispone delle innovazioni più esclusive presenti sul mercato.

Il frantoio dispone di: una deramifogliatrice per pulire le olive provenienti dalla raccolta dalle foglie e dai rami in eccesso; una lavatrice per rimuovere il terriccio e qualsiasi corpo estraneo attaccato al frutto; un frangitore che frantuma le olive fino ad ottenere un composto contenente buccia, polpa e noccioli; in più, il frangitore utilizzato dall'azienda in questione dispone di un sistema di raffreddamento che migliora le proprietà organolettiche e aromatiche dell'olio finale. A seguire il processo di frangitura, vi è quello della gramolatura che consiste nella separazione dell'acqua dall'olio; per questa fase, Tenute Allegretti è stata la prima azienda in Puglia e fra le prime in Italia ad installare, quattro anni fa, il Protoreattore ®, il macchinario per eccellenza con brevetto mondiale della Peralisi, azienda leader nella produzione di macchinari per l'estrazione e la separazione di liquidi. Questa macchina rivoluzionaria garantisce standard qualitativi più elevati grazie alla netta diminuzione del tempo di gramolatura e alla gestione automatica dell'equilibrio tra portata, tempo e temperatura; tutto ciò comporta un grande risparmio energetico, senza considerare l'indipendenza energetica conseguita dal frantoio in seguito alla realizzazione di un impianto fotovoltaico di 100 chilowatt con 60 kW di accumulo.

Figure 3.5 – I macchinari



Fonte: foto scattate durante la visita in azienda

Proseguendo verso la fase di estrazione, il frantoio dispone di una tecnologia multifase predisposta di tre uscite: una per l'olio, una per la sansa e l'altra per il p  t  . L'estrattore in questione garantisce qualit  , resa e riduzione dei consumi. Inoltre, il frantoio dispone anche di un separatore e di un sistema di filtraggio dell'olio. Una volta ottenuto il prodotto finito, questo necessita di essere stoccato e/o imbottigliato e confezionato prima di arrivare sul mercato e successivamente al consumatore finale. Come affermato in precedenza, il frantoio ha internalizzato persino le cos   dette attivit   di seconda trasformazione, fornendosi, anche in questo caso, dei migliori strumenti disponibili sul mercato: per lo stoccaggio vi sono cisterne in acciaio inossidabile, dotate di valvola di insufflaggio dell'azoto per una migliore conservazione dell'olio e termometro per il monitoraggio della temperatura interna; per l'imbottigliamento, l'azienda possiede anche una soffiatrice per la produzione dei contenitori, una riempitrice, una tappatrice, un'etichettatrice e una capsulatrice. In definitiva, l'azienda agricola e il frantoio Tenute Allegretti si distinguono all'interno del panorama regionale pugliese, e meridionale, per essere all'avanguardia in campo di tecniche e macchinari tecnologici utilizzati per la produzione di un eccellente olio extravergine d'oliva.

3.3. La filiera corta: la commercializzazione

Dopo aver approfondito le abilit   tecnico-produttive dell'azienda, gli investimenti effettuati e le strategie di crescita e miglioramento attuate nella fase agricola e industriale, l'intento di questo paragrafo    quello di indagare circa le strategie commerciali impiegate da Tenute Allegretti per penetrare i mercati di riferimento e affrontare le quotidiane sfide lanciate dai mercati.

Non appena l'olio extravergine di oliva biologico marchiato "Allegretti" è entrato sul mercato si è subito distinto per le sue eccellenti caratteristiche organolettiche; infatti, dal 2018 ad oggi ha collezionato ben 39 [premi](#) di rilevanza nazionale ed internazionale, e nel 2022 è rientrato nella classifica delle 100 eccellenze italiane redatta da Forbes per la rubrica "So wine So food". Di conseguenza, non stupisce che lo stesso sia il prodotto più venduto dall'azienda; in aggiunta, visto il riscontro positivo ottenuto, Tenute Allegretti ha anche avviato le procedure per la certificazione blockchain al fine di avere il massimo della trasparenza e della tracciabilità durante le fasi di lavorazione.

È dunque ora facilmente comprensibile il posizionamento dell'olio Allegretti; trattandosi di un prodotto di nicchia non si affida ai grandi distributori, o più in generale alla Grande Distribuzione Organizzata (GDO), per penetrare i mercati, bensì si basa sulle relazioni personali di valore tra il venditore e gli acquirenti. Si tratta di un processo lungo e complesso che richiede particolare attenzione e dedizione alle esigenze della clientela ma, allo stesso tempo, è più remunerativo rispetto ai 'tradizionali' canali di distribuzione. Effettivamente, penetrare una nicchia richiede un investimento di tempo iniziale non indifferente ma, una volta stabilita la relazione, in accordo con l'esperienza del CEO,

"si vive di rendita nel senso che, se si fidelizza il rapporto, i clienti esteri sono costanti e fedeli".

Nel caso specifico dell'azienda oggetto del presente elaborato, le strategie di commercializzazione e distribuzione sono prevalentemente affidate, oltre che al prevedibile utilizzo dei canali social, agli agenti di commercio; il loro ruolo, così come la rete di relazioni da essi costruita, è di fondamentale importanza al punto che l'azienda sta effettuando investimenti volti all'inserimento di agenti diretti, in modo da stabilire ed espandere una rete commerciale solida e di un certo spessore e valore. Dal 2013, quando è iniziata l'avventura olivicola del signor Rizzi, l'andamento del fatturato è sempre stato in costante aumento, ad eccezione del 2021 poiché influenzato negativamente dalla pandemia; ciononostante l'azienda è sempre stata in utile tutti gli

anni, anche nel 2021. A determinare la tendenza del fatturato è l’impatto che il prodotto ha sui mercati di riferimento e la conseguente risposta della clientela. Ad oggi, il 70% del fatturato di Tenute Allegretti si sviluppa in Italia e la restante parte sui mercati europei, americani e asiatici. Sebbene la quota di export in rapporto al fatturato sia ancora esigua, Marco Rizzi confida l’esistenza di un piano industriale da attuare nei prossimi cinque anni che prevede una forte espansione all’esterno con particolare riferimento al mercato asiatico, perché quello maggiormente sensibile al loro prodotto e di maggiore cultura in materia, rispetto all’America e all’Europa stessa. Nello specifico, Tenute Allegretti è già presente in Giappone che si è dimostrato essere particolarmente interessato all’olio extra vergine d’oliva biologico in tutte le sue sfumature di cultivar e fruttati. Infatti, consultando la sezione “premi” nel sito web dell’azienda, sarà possibile notare i numerosi riconoscimenti ottenuti in terra giapponese.

Oltre all’elevata qualità e alla prelibatezza, l’olio Allegretti spicca sui mercati anche per il suo packaging, studiato in modo da trasmettere i principali valori del brand. Individuare le adeguate forme, i giusti colori e le uniche caratteristiche della confezione aiutano a definire il prodotto e a renderlo competitivo. Il primo impatto visivo è di fondamentale importanza poiché deve attrarre e convincere il consumatore e pertanto deve essere curato nei minimi dettagli.

Anche in questo caso l’azienda ha svolto un ottimo lavoro, internalizzando tutte le attività di marketing e comunicazione: dalla realizzazione del brand fino al packaging e all’etichettatura. A tal proposito, il signor Rizzi aggiunge, scherzosamente:

“Poi mi son reso conto che la risorsa dedicata era un costo troppo oneroso per l’azienda e l’ho sposata. Così almeno con la qualifica di moglie è un costo comunque ingiustificato e oneroso, ma almeno personale e non più aziendale!”

Fra le collezioni prodotte da Tenute Allegretti, la collezione “Premium”, riportata nell’immagine sottostante, si caratterizza per un design iconico che trae ispirazione dalla biomimetica, dove la natura incontra l’architettura ed il design. Osservando la

figura, due sono le caratteristiche che immediatamente saltano all'occhio: la semplicità e l'eleganza delle confezioni, progettate anche per poter essere presenti sulle tavole delle più prestigiose realtà gastronomiche italiane ed estere.

Figura 3.1 – Collezione Premium Allegretti



Fonte: pagina Facebook "Olio Allegretti"

La bottiglia completamente trasparente esalta il colore dell'olio, mettendo immediatamente in primo piano il prodotto; l'etichetta, per quanto essenziale, lineare e pulita, riporta tutti gli elementi necessari: il nome e il logo del brand e la descrizione del prodotto contenuto. Per quanto riguarda il prezzo di vendita, il formato da 500 ml ha un costo di € 24,00, in accordo con le qualità e il posizionamento del prodotto.

Fermo restando il gusto, Tenute Allegretti ha poi introdotto una nuova collezione con un nuovo design, la "Neon Edition". Si tratta, come osservabile nell'immagine seguente, di una rinnovata vibrante palette per le etichette ispirate alle icone della cultura pugliese, reinterpretate in chiave contemporanea.

Figura 3.2 – Collezione Neon Edition Allegretti



Fonte: pagina Facebook "Olio Allegretti"

Contrariamente alla precedente, la bottiglia della Neon Edition custodisce e "nasconde" il prodotto, spostando l'attenzione sui disegni che ritraggono rispettivamente il polpo, la luminaria e il pumo portafortuna, sinonimi del "Made in Puglia". I tre colori, inoltre, indicano tre diverse intensità del prodotto. È una nuova esperienza multisensoriale che coinvolge vista, olfatto e gusto, attraverso la ricerca continua del compromesso tra estetica e qualità. In questo caso, il prezzo di vendita stabilito per il formato da 250 ml è di € 13,00.

Prima di procedere con l'analisi delle strategie di pricing attuate dall'azienda agricola, è bene ricordare che, secondo i dati rilevati a maggio 2023 e riportati nel primo capitolo, i prezzi medi dell'olio extravergine di oliva si attestavano fra i € 6 e i € 7 al kg e che non vi erano significativi differenziali di prezzo tra l'olio così detto "convenzionale" e quello certificato DOP e/o IGP.

Trattandosi di un prodotto di nicchia, Tenute Allegretti ha seguito un percorso quasi inverso rispetto allo standard, infatti, il CEO dichiara:

“siamo partiti con il fare posizionamento senza iniziare quella che io definisco una ‘guerra tra poveri’ con offerte al ribasso che non indentificano e giustificano un prodotto di fascia alta come il nostro”.

Perciò, sin dal principio, l’azienda ha puntato a clienti importanti che potessero essere loro stessi sponsor o ambasciatori dell’olio nel mondo. Dopodiché, a conferma di tale tesi, il signor Rizzi racconta dell’esperienza avuta con il gruppo Langosteria, uno tra i clienti più prestigiosi sul panorama gastronomico nazionale e, da qualche anno, internazionale. Infatti, l’immagine sottostante, estrapolata dal sito web del gruppo, contiene la descrizione esplicitiva di ciò che Langosteria vuole essere.

Figura 3.4 – Homepage Langosteria



Fonte: langosteria.com

Il punto di partenza del suddetto gruppo operante nella ristorazione è proprio quello della selezione delle materie prime e dei migliori ingredienti da ogni parte del mondo; tale accuratezza e ricercatezza fa sì che il processo di selezione sia molto critico e lungo. L’olio prodotto da Tenute Allegretti è riuscito a rientrare fra gli ingredienti utilizzati dal gruppo, sorpassando la “lunga fila d’attesa”, pur essendo nessuno nel mondo dell’olio, ma facendo riconoscere e apprezzare l’alta qualità del prodotto. Solo successivamente, avendo preso coscienza del valore del prodotto sui mercati e dopo aver maturato i primi quattro anni – di cui due di pandemia – di esperienza nel settore, Tenute Allegretti ha iniziato la campagna social sulle piattaforme Facebook,

Instagram e LinkedIn, “strumento basico ma sicuramente efficace”, come sostiene il CEO.

Inoltre, di fondamentale importanza per esordire sui mercati di nicchia e far conoscere il prodotto sono stati anche i riconoscimenti ottenuti dai più importanti concorsi di categoria a livello mondiale; sin da subito, Tenute Allegretti sono stati premiati tra i migliori oli al mondo. Già nel 2018, difatti, avevano vinto cinque premi: il “Biol”, il “New York Iooc”, il “Merum” e due “Olive Japan”, come si può notare dall’immagine seguente.

Figura 3.5 – Premi Allegretti 2018



Fonte: tenuteallegretti.com

Nonostante olio Allegretti sia una realtà ormai affermata nella sua nicchia di riferimento, il founder Marco Rizzi ritiene che

“i concorsi, al di là del marketing e quindi degli sviluppi commerciali che ne derivano, siano al tempo stesso uno strumento che ci permette di confrontarci e a volte, banalmente, anche di conoscere, altre realtà di competitors”.

Per questo, nonostante gli innumerevoli traguardi raggiunti e successi ottenuti, il CEO aggiunge che:

“sono della teoria che non bisogna mai cullarsi sugli allori. Il bello di questo lavoro è che ci sono così tante variabili della natura, quindi da noi non controllabili, che ogni anno la sfida consiste nel trovare la giusta ricetta per esaltare al massimo la materia prima e produrre un olio eccellente.”

Tenute Allegretti è riuscita, dunque, a definire e identificare i suoi prodotti sui mercati esteri e italiani, dando voce al brand come sinonimo di eccellenza, genuinità e pugliesità.

3.4. Diversificazione

In accordo con le dichiarazioni rilasciate dal fondatore Marco Rizzi, Tenute Allegretti è oggi una realtà, per quanto affermata, sempre in costante crescita, evoluzione e al passo con le tendenze del mercato, alla ricerca di nuove e diverse nicchie da conquistare. Si potrebbe, quindi, inferire che l'azienda segua strategie di diversificazione, ovvero lo sviluppo di nuovi mercati, raggiungendo ulteriori settori più o meno affini a quello in cui già opera, come per esempio quello dell'educazione e del turismo.

Tenute Allegretti è infatti iscritta al circuito delle Masserie Didattiche in Puglia e pertanto si impegna nelle attività dell'accoglienza didattico-formativa, come previsto dalla Legge 26 febbraio 2008 n. 2.

“Svolgere attività di accoglienza e educazione a gruppi scolastici, universitari e/o altri gruppi di utenti, offre l'opportunità di conoscere e di poter ‘toccare con mano’ le attività aziendali all'interno del contesto rurale in cui si svolgono”

assicura Marco Rizzi. All'interno di questo circuito, l'imprenditore agricolo svolge un ruolo centrale poiché custodisce un patrimonio ricco di conoscenze e tradizioni agroalimentari; “la sua conoscenza dell'attività agricola gli consente di spiegare i cicli produttivi, di illustrare la stagionalità dei prodotti, di introdurre le nuove tecniche di agricoltura biologica, integrata ed ecocompatibile, di evidenziare le proprietà salutistiche e nutrizionali delle produzioni”.³⁵

³⁵ REGIONE PUGLIA, DIPARTIMENTO AGRICOLTURA, SVILUPPO RURALE E TUTELA DELL'AMBIENTE, “Masserie Didattiche Puglia”, 2007, p. 16, “online”, <<https://www.regione.puglia.it/documents/771135/771143/Guida+Masserie+Didattiche+2017.pdf/ba5759fc-147d-c203-77ce-56b6cf077ba7?t=1605095859122>>, ultima consultazione: 9 ottobre 2023.

In questo modo, tutti gli utenti, dai più grandi ai più piccini, hanno la possibilità di riscoprire la natura, i suoi tempi e i suoi prodotti in un mondo sempre più frenetico e rivolto verso le opportunità offerte dalla città. Imparare a saper distinguere i prodotti offerti dalla natura in base alla stagionalità e imparare a conoscere i processi di lavorazione e i percorsi che compie il cibo prima di arrivare in tavola, permette un consumo più consapevole ed un corretto stile di vita.

Infine, come afferma l'imprenditore di Tenute Allegretti:

“il ruolo di una masseria didattica è prezioso nella tutela del territorio e del paesaggio, nella conservazione della biodiversità, nell'educazione alla sostenibilità, nella promozione turistica e nella conoscenza del patrimonio eno-gastronomico locale”.

Per quanto riguarda il comparto turistico, invece, Tenute Allegretti ha siglato una partnership con il gruppo alberghiero “[Talea Collection](#)”, leader in Puglia del segmento luxury che vanta di una collezione di alberghi unica assieme a ville, dimore e trulli nelle località turistiche più affermate della regione.

La collaborazione è iniziata poiché, ormai consapevoli delle potenzialità del prodotto, l'azienda agricola si è ritenuta all'altezza del gruppo alberghiero e lo ha contattato tramite il loro Executive Chef che ha avuto la lungimiranza di seguirli e crescere insieme. Infatti, come racconta il CEO Marco Rizzi:

“inizialmente avevano una sola referenza di olio, oggi propongono tutti e tre i nostri oli per altrettanti fruttati e poiché panificano loro stessi, i pasti serviti presso i loro ristoranti iniziano con una degustazione di olio fatta con il loro pane”.

Inoltre, al fine di poter trasmettere al cliente finale tutto il lavoro, la passione e l'attenzione impiegata nella produzione, l'azienda agricola ha fatto formazione a tutto lo staff di Talea dedicato alla ristorazione. In questo modo, dopo averlo degustato in loco e aver assaporato le caratteristiche organolettiche, i clienti sono spinti dal desiderio di ricreare in casa un piatto molto semplice e genuino, come il pane e olio; per soddisfare il palato e portar con sé un ricordo del soggiorno in Puglia, i clienti hanno dunque la possibilità di poter acquistare l'olio presso le strutture ricettive.

Il settore del turismo si è rivelato particolarmente vincente per la promozione e la valorizzazione delle produzioni olivicole e olearie al punto che Tenute Allegretti ha pensato di investire anche nell'organizzazione di attività turistiche all'interno dell'azienda agricola, dando vita a una struttura ricettiva, identificata come 'agriturismo', che conta otto appartamenti dai 55 ai 70 mq. Per di più, fra i progetti futuri dell'azienda e del CEO Marco Rizzi vi è l'ampliamento della struttura di ulteriori dodici unità, raggiungendone complessivamente venti, come previsto dalla normativa vigente.

Il caso studio di Tenute Allegretti insegna che l'azienda agricola come masseria didattica o come luogo "oleoturistico" rappresenta un'opportunità economica, oltre che un sistema di autopromozione e vendita diretta dei prodotti agroalimentari biologici; e pertanto potrebbe essere un modo per differenziarsi sul panorama olivicolo regionale.

3.5. Le possibili strategie di crescita

L'olivicoltura pugliese è di rilevante importanza tanto per lo sviluppo e la crescita della regione quanto per il Bel Paese poiché offre numerose opportunità che necessitano di essere sfruttate con le giuste competenze e le adeguate strategie.

Si ricorda che la Puglia è la prima regione italiana per ettari di coltivazione di uliveti, per numerosità di cultivar presenti, per numero e diffusione di frantoi vicino ai luoghi di produzione, per quantità di olive molite per frantoio e per il valore della produzione. Ciononostante, non riesce ad emergere sul panorama nazionale ed internazionale sia per soddisfare la forte domanda interna regionale e sia perché, alle volte, pare venga surclassata dall'olivicoltura toscana che, seppur rilevante e di valore, non dispone delle medesime caratteristiche e del patrimonio varietale pugliese.

Le ragioni della scarsa competitività della filiera olivicola pugliese sono molteplici e sono da ricercare tanto nelle attività di imprenditoria privata quanto nel lavoro della pubblica amministrazione; tuttavia, sfruttando e migliorando le interconnessioni tra pubblico e privato, l'olivicoltura pugliese potrebbe occupare il posto che merita.

Un punto di partenza per la ristrutturazione della filiera è sicuramente la necessità di un reale e concreto intervento, da parte della pubblica amministrazione e in particolare dal ministero dell'agricoltura, per combattere e contrastare la diffusione della Xylella al fine di ripristinare ettari di coltivazione dedicati agli uliveti.

Inoltre, è necessario un supporto tecnico-formativo da parte degli enti competenti per tutte quelle aziende agricole che stanno vivendo il passaggio generazionale, affinché questo avvenga in maniera lineare, come nel caso di Tenute Allegretti, e che garantisca un futuro ricco di innovazioni e progresso.

Le innovazioni tecniche e tecnologiche richiedono ingenti somme di denaro, per questo è importante fortificare tutti quegli enti che erogano fondi e snellire le procedure per accedervi. Come riscontrato nell'azienda agricola fasanese, investire nell'innovazione produttiva permette di ottenere un prodotto unico e qualitativamente pregiato che garantisce sicuramente un ritorno economico adeguato e proporzionato. A tal proposito, il consiglio che Marco Rizzi sente di offrire alla rete di imprenditori olivicoli è quello di credere nella qualità del prodotto senza svenderlo.

Inoltre, aggiunge:

“L'azienda agricola richiede un occhio più 'romantico' rispetto all'industria - mondo nel quale sono nato lavorativamente - che non sempre si traduce in un ritorno di carattere economico. Tuttavia, bisognerebbe dare priorità alla valorizzazione del prodotto e della nostra terra, così facendo certamente i risultati arrivano, tali da poter reggere un business plan aziendale ed un piano di sviluppo a medio-lungo termine. Il ritorno economico, sicuramente importante, diventa una naturale conseguenza di un lavoro fatto bene a monte. È un po' come il lavoro in frantoio che sembra concentrarsi in soli due mesi [...] ma che non può compensare un prodotto che a monte non sia di qualità,

frutto dei precedenti dieci mesi di lavoro in campo, quali arature, trattamenti fogliari e di fondo, irrigazione, fertirrigazione, eccetera. Sicuramente i sacrifici richiesti sono enormi ma non devono scoraggiare, ma se qualcuno conoscesse un lavoro o un obiettivo ambizioso da raggiungere senza sacrifici, sarei curioso di conoscerlo!”

Un’opportunità per esaltare la qualità della materia prima è anche quella offerta dalle certificazioni DOP e IGP, nonostante in Puglia non vengano pienamente sfruttate visti gli irrisori differenziali di prezzo tra prodotti “convenzionali” e certificati di cui sopra. Oltre a ciò, l’imprenditoria privata dovrebbe tentare di uscire dalla logica individualista in favore di una dimensione comunitaria fatta di cooperative; anche solo fortificando e ampliando quelle già esistenti sul territorio si limiterebbero i trasferimenti di olio sfuso dal Sud al Nord del Paese poiché aumenterebbe il potere economico e le competenze manageriali disponibili.

In aggiunta, un altro punto di svolta per la filiera potrebbe essere la diversificazione, mirando per esempio all’oleoturismo. Oltre alle iniziative di natura privata proposte dall’azienda Tenute Allegretti, vi sono numerosi consorzi a cui poter prendere parte, come per esempio il “Movimento del Turismo dell’Olio Puglia”, composto da produttori di olio extravergine di oliva di alta qualità che operano sotto il brand, tra cui la famosa azienda Tormaresca, particolarmente attiva anche nella vitivinicoltura. Numerose sono le iniziative di associazionismo anche a livello nazionale, come per esempio l’”Associazione Nazionale Città dell’Olio” nata a Larino (Campobasso) nel dicembre 1994 con il compito di divulgare la cultura dell’olivo e dell’olio di oliva di qualità, tutelare e promuovere l’ambiente ed il paesaggio olivicolo attraverso l’attuazione di strategie di comunicazione e di marketing, organizzare eventi e molto altro. Oggi sono 329 i comuni associati a Città dell’Olio, di cui 32 sono in Puglia.

A confermare l’importanza e la rilevanza del settore turistico per la filiera dell’olio, vi sono i dati raccolti dal sondaggio di Coldiretti Puglia in occasione della Borsa Internazionale del Turismo di Milano (BIT) 2023: “L’enogastronomia è il volano del turismo in Puglia, con il 74% di turisti e viaggiatori interessati all’oleoturismo e alle

degustazioni guidate, ad eventi ed attività artistiche negli oliveti per il 42%, oltre al 'pick your own' con la raccolta delle olive con le proprie mani e alla produzione del proprio olio nel 64% delle preferenze".³⁶

Sulla base di questi dati e della forte richiesta esistente, sarebbe dunque profittevole intensificare l'organizzazione di eventi e/o attività di degustazioni negli oliveti, così come la pianificazione di "open days" all'interno dei frantoi per permettere ai visitatori di conoscere da vicino la filiera produttiva olivicola.

Allo stesso modo, sfruttando la rete delle Masserie Didattiche di Puglia, si potrebbero preparare degli itinerari didattici e turistici alla scoperta delle più antiche e caratteristiche masserie del territorio, con pacchetti degustazione in base alla specializzazione produttiva (olio, vino, latte, miele, etc.) di ciascuna impresa agricola. Un ulteriore esempio, sebbene non propriamente inerente alla diversificazione, è affiorato riflettendo sul significato metaforico dell'olio e sugli usi nella tradizione popolare pugliese. L'olio, infatti, è spesso associato ai valori cristiani di pace e purezza; pertanto, è sempre più frequente riceverlo come dono gastronomico di nozze da parte degli sposi. In questo modo, nella sua semplicità, il prodotto acquista una certa tipologia di significatività. Di conseguenza, potrebbe essere interessante per le imprese agricole ideare delle collezioni di olio dedicate al matrimonio, in collaborazione con altre imprese del territorio per la realizzazione di un packaging ricercato e personalizzabile, come per esempio, quelle dedicate alla lavorazione della ceramica. La figura sottostante riporta la collezione di bomboniere gastronomiche prodotte da "Olivetta", l'impresa di Corato, che ha sapientemente unito il lavoro agricolo negli uliveti a quello svolto all'interno delle botteghe di mastri ceramisti e artigiani della Puglia, per dar vita a un oggetto unico, riutilizzabile e artigianale in tutte le sue forme e aspetti.

³⁶ Coldiretti puglia, "bit: oleoturismo e degustazioni guidate al top interesse turisti (74%)", <<https://puglia.coldiretti.it/news/bit-oleoturismo-e-degustazioni-guidate-al-top-interesse-turisti-74/>>, ultima consultazione: 9 ottobre 2023.

Figura 3.x – le collezioni “Olivetta”
Scopri le collezioni Olivetta



Fonte: lamiaolivetta.it

Ripensare all'olio di oliva come un prodotto estremamente versatile potrebbe essere un'altra delle possibili strategie di crescita non solo per il settore olivicolo ma anche per imprese appartenenti ad altri settori.

Infine, un altro esempio di diversificazione potrebbe essere la cosmesi. Fra le innumerevoli proprietà dell'olio d'oliva, infatti, vi sono anche quelle che favoriscono le pratiche di bellezza: l'olio d'oliva è un antiossidante, nutriente e idratante e previene gli effetti dell'invecchiamento; oltre che avere un'azione lenitiva su arrossamenti e irritazioni, anche su pelli più sensibili. Pertanto, sfruttando le multiproprietà dell'olivo, sarà possibile immettere sul mercato dei prodotti naturali per la cura e la bellezza del corpo 100% biologici e rispettosi dell'ambiente.

Alla luce di ciò, è possibile affermare che la Puglia e la filiera olivicola hanno ancora molto da migliorare ma con le giuste competenze e le adeguate strategie sarà possibile sfruttare tutte le potenzialità di cui dispongono.

Conclusioni

Questo studio ha cercato di mettere in rilievo la posizione dell'olivicoltura pugliese sul panorama nazionale ed internazionale, evidenziandone le potenzialità e le fragilità. A tal fine, è stato presentato il complesso e in continua evoluzione macrocontesto dell'olivicoltura nazionale, il quale ha permesso di sviscerare la struttura del settore, individuando le peculiarità della fase agricola e della fase industriale. Grazie a questo studio, è stato possibile rivelare il carattere prevalentemente agricolo delle regioni del Mezzogiorno e quello prettamente industriale delle regioni del Centro-Nord. Tale frammentazione produttiva si è poi dimostrata essere il frutto di una lunga storia che da anni prevede il trasferimento di enormi quantità di olio sfuso dal Sud al Nord del Paese, penalizzando il lavoro di agricoltori e frantoiani in favore di quello di imbottigliatori e confezionatori. Il medesimo riscontro si è ottenuto anche analizzando l'importanza e la presenza delle regioni italiane sui mercati nazionali ed internazionali dell'olio extra vergine d'oliva. Tale risultato, coerentemente con l'aspettativa iniziale, ha permesso, da una parte, di evidenziarne le ragioni e, dall'altra, l'elaborazione di strategie che potessero valorizzare i territori a tradizione olivicola, attraverso lo studio del caso Tenute Allegretti.

Il successo dell'azienda agricola fasanese è stato decretato dalla determinazione del CEO nel credere fortemente nella elevata qualità delle olive e del prodotto finale e sviluppando, di conseguenza, un modello di business completamente opposto a quella che è stata considerata sino ad oggi la "normalità". Dallo studio di questo caso e dall'intervista con il fondatore Marco Rizzi, è emersa l'importanza dell'introduzione di innovazioni di processo per potersi distinguere, portando sul mercato prodotti con caratteristiche organolettiche uniche; oltre che, la lungimiranza nel definire a monte il posizionamento del prodotto per evitare la svendita del prodotto a prezzi irrisori.

Sulla base di questo caso studio, sono anche state proposte diverse iniziative rivolte alle aziende agricole olivicole e alla pubblica amministrazione al fine di fortificare ed estendere la filiera produttiva nelle regioni che dispongono della materia prima;

valorizzare il lavoro di agricoltori e frantoiani; promuovere i territori, incentivando il turismo didattico ed enogastronomico.

Tuttavia, è importante tenere presente che questa ricerca si è prevalentemente concentrata sulle opportunità di crescita e miglioramento offerte dalla Puglia; per questo motivo, potrebbe essere che le proposte presentate, per quanto universali, non siano perfettamente adeguate ai contesti economici e sociali delle altre regioni leader nella produzione di olio extravergine d'oliva, come per esempio la Calabria e la Sicilia. Una raccomandazione per ulteriori ricerche future potrebbe appunto essere la realizzazione di uno studio simile per le regioni sopracitate per determinare eventuali differenze e magari elaborare una strategia di crescita comune per le regioni del Mezzogiorno, sfruttando la tradizione e l'elevata specializzazione olivicola delle stesse.

Sitografia

AA.VV., *L'agricoltura pugliese conta* 2023, https://www.crea.gov.it/documents/68457/0/Puglia_Cifre2023_DEF++%281%29.pdf/57cfcc92-96df-5bbd-10ec-fbb4e8ed1b8c?t=1678099311537, ultima consultazione: 30 settembre 2023.

AA.VV., *L'economia pugliese: le 5 eccellenze da cui ripartire*, https://www.cdp.it/sitointernet/page/it/leconomia_pugliese_le_5_eccellenze_da_cui_ripartire?contentId=TNK35370, ultima consultazione: 9 agosto 2023.

Analisi della catena del valore di filiere agroalimentari biologiche, <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12012>, ultima consultazione: 30 agosto 2023.

Aziende agricole e superficie agricola utilizzata (SAU), https://www.arpa.puglia.it/pagina3151_aziende-agricole-e-superficie-agricola-utilizzata-sau.html, ultima consultazione: 1 luglio 2023.

Bit: oleoturismo e degustazioni guidate al top interesse turisti (74%), <https://puglia.coldiretti.it/news/bit-oleoturismo-e-degustazioni-guidate-al-top-interesse-turisti-74/>, ultima consultazione: 8 ottobre 2023.

COLA, MARIO, SARNARI, TIZIANA, *La competitività della filiera olivicola. Analisi della redditività e fattori determinanti*, <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22376>, ultima consultazione: 30 agosto 2023.

Collina di Brindisi DOP, <https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/-/collina-di-brindisi-dop-1>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

Dauno DOP, <https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/-/dauno-dop>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

DOP, EVO, BIO: quali sono le differenze?, <https://www.oliotamia.com/blog/consigli/olio-biologico-dop-e-igp-differenze/>, ultima consultazione: 12 luglio 2023.

Export: vola l'olio italiano nel mondo (+23%), <https://www.coldiretti.it/economia/export-vola-lolio-italiano-nel-mondo->

[23#:~:text=Il%2062%25%20del%20valore%20delle,%2C%20Francia%2C%20Giappone%20e%20Canada](https://www.coldiretti.it/economia/export-vola-lolio-italiano-nel-mondo-23#:~:text=Il%2062%25%20del%20valore%20delle,%2C%20Francia%2C%20Giappone%20e%20Canada), ultima consultazione: 2 agosto 2023.

Fancy food: export a doppia cifra per olio (+35%%), pasta (+22%), ortaggi e frutta trasformati (+34%), <https://puglia.coldiretti.it/news/fancy-food-export-a-doppia-cifra-per-olio-35-pasta-22-ortaggi-e-frutta-trasformati-34/>, ultima consultazione: 31 luglio 2023.

Gli interventi per il contrasto al batterio della Xylella fastidiosa, https://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1208003.pdf?_id=1584396517115, ultima consultazione: 25 agosto 2023.

Gli interventi per il contrasto al batterio della Xylella fastidiosa, https://www.camera.it/temiap/documentazione/temi/pdf/1208003.pdf?_id=1584396517115, ultima consultazione: 25 agosto 2023.

L'analisi delle proposte della PAC 2023-2027 per il settore olivicolo-oleario, <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/22948>, ultima consultazione 30 luglio 2023.

L'olio della Puglia, <https://it.latuaitalia.ru/food-n-wine/l-olio-d-oliva-e-la-puglia-un-connubio-inseparabile/>, ultima consultazione: 2 agosto 2023.

L'olivicultura biologica, https://oleario.crea.gov.it/il_mondo_dell_olio/lolivicultura-biologica/, ultima consultazione 27 settembre 2023.

La Puglia e l'Oro giallo, l'oro extravergine di oliva, <https://centrostoricoputignano.it/olio-extravergine-di-oliva-a-putignano/olivicultura-in-puglia.html#:~:text=Olivicoltura%20e%20olio%20Extravergine%20in%20Puglia&text=Nello%20specifico%20l'olivicoltura%20in,termini%20corrisponde%20a%20377.550%20ettari>, ultima consultazione: 1 agosto 2023.

La Puglia ha il mare più pulito d'Italia, confermandosi prima a livello nazionale per l'eccellenza delle acque di balneazione per il terzo anno consecutivo, <https://press.regione.puglia.it/-/la%2C%A0puglia%2C%A0ha-il-mare-pi%3%B9-pulito-d-italia->

MEO RICCARDO, GIULIANO ANTONELLA, *Analisi della catena del valore di filiere agroalimentari biologiche: filiera olio d'oliva,*

<https://www.sinab.it/sites/default/files/Analisi%20della%20catena%20del%20valore%20di%20filiera%20agroalimentari%20biologiche%20-%20Filiera%20olio%20di%20oliva%20-%202021.pdf>, ultima consultazione: 30 luglio 2023.

Mezzogiorno, l'economia pugliese è quella che ha reagito meglio dopo il Covid,
<https://www.ilsole24ore.com/art/mezzogiorno-l-economia-pugliese-e-quella-che-ha-reagito-meglio-il-covid-AEYj2aUD>, ultima consultazione: 2 agosto 2023.

Movimento Turismo dell'Olio Puglia, <https://www.mtopuglia.it/index.php/it/>, ultima consultazione: 9 ottobre 2023.

NETTI, ENRICO, *Corre in Italia il mercato dei prodotti bio,*
<https://www.ilsole24ore.com/art/corre-italia-mercato-prodotti-bio-AES3O4nC>, ultima consultazione: 28 giugno 2023.

Olio di Puglia IGP – Olio Evo, <https://www.qualigeo.eu/prodotto-qualigeo/olio-di-puglia-igp/>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

Olio di Puglia IGP, https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/dettaglio-bando/-/asset_publisher/H4dULHBXWyaT/content/olio-di-puglia-igp, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

Olive oil, https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2020-03/factsheet-olive-oil_en_0.pdf, ultima consultazione: 10 agosto 2023.

PANZA, GIOVANNI, *Mastri oleari, in Puglia unico albo in Italia a cui iscriversi,*
<https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/news-agroalimentari/846104/mastri-oleari-in-puglia-unico-albo-in-italia-a-cui-isciversi.html>, ultima consultazione: 29 agosto 2023.

Passaggio generazionale e crescita dimensionale, consulenza gratuita per le imprese,
<https://confindustria.babt.it/passaggio-generazionale-e-crescita-dimensionale-consulenza-gratuita-per-le-imprese/>, ultima consultazione: 3 ottobre 2023.

PELAGALLI, MIMMO, *Olio Evo, i prezzi all'origine crescono del 33,4% in un anno*, <https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2022/11/16/olio-evo-i-prezzi-all-origine-crescono-del-334-in-un-anno/77610#:~:text=La%20Commissione%20Olio%20il%2015,euro%20rispetto%20al%2025%20ottobre>, ultima consultazione: 29 giugno 2023.

Per colpa della siccità crolla la produzione di olio in Puglia: -52%, <https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/puglia/1387452/per-colpa-della-siccita-crolla-la-produzione-di-olio-in-puglia-52.html#:~:text=BARI%20%2D%20Con%20il%20crollo%20della,record%20dei%20costi%20di%20produzione>, ultima consultazione: 28 agosto 2023.

PERRI, ENZO, SANTILLI, ELENA, *Nuove prospettive per l'olivicoltura biologica italiana*, <https://www.informatoreagrario.it/wp-content/uploads/2022/10/Nuove-prospettive-olivicoltura-biologica-italiana-Triecol.pdf>, ultima consultazione: 20 agosto 2023.

Puglia Olive, <https://www.pugliaolive.it/>, ultima consultazione: 29 agosto 2023.

SARNARI, TIZIANA, *Olio d'oliva*, febbraio 2023, https://www.ismeamercati.it/flex/files/1/6/c/D.2de4543614988b6c6969/SchedaOlio_2023_02.pdf, ultima consultazione: 20 luglio 2023.

SARNARI, TIZIANA, *Scheda di settore: olio di oliva*, giugno 2020, <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/3523>, ultima consultazione: 17 luglio 2023.

SARNARI, TIZIANA, *Tendenze e dinamiche recenti olio d'oliva*, settembre 2020, <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12280>, ultima consultazione: 15 luglio 2023.

Save the olives, <https://www.savetheolives.com/>, ultima consultazione: 25 agosto 2023.

SCHINAIA, GIANLUCA, *La malattia degli ulivi secolari*, 02/07/2023, <https://www.wired.it/article/xylella-ulivi-puglia-bari-nanotecnologie/#:~:text=Da%20quando%20nel%202008%20fu,Alberobello%2C%20in%20provincia%20di%20Bari%20>, ultima consultazione: 25 agosto 2023.

SCHIRALLI, MASSIMILIANO, VALENTINO, GRAZIELLA, *L'agricoltura pugliese conta* 2023, [https://www.crea.gov.it/web/politiche-e-bioeconomia/-/l-agricoltura-pugliese-conta-](https://www.crea.gov.it/web/politiche-e-bioeconomia/-/l-agricoltura-pugliese-conta-2023#:~:text=%C3%88%20giunto%20alla%20IV%20edizione,carattere%20sia%20nazionale%20che%20regionale)

[2023#:~:text=%C3%88%20giunto%20alla%20IV%20edizione,carattere%20sia%20nazionale%20che%20regionale](https://www.crea.gov.it/web/politiche-e-bioeconomia/-/l-agricoltura-pugliese-conta-2023#:~:text=%C3%88%20giunto%20alla%20IV%20edizione,carattere%20sia%20nazionale%20che%20regionale), ultima consultazione: 23 luglio 2023.

Terre Tarentine DOP, <https://www.regione.puglia.it/web/produzioni-di-qualita/-/terre-tarentine-dop>, ultima consultazione: 24 agosto 2023.

Toscana: la parabola della "moltiplicazione" dell'extravergine, <https://meridionline.it/blog/toscana-parabola-moltiplicazione-extravergine/>, ultima consultazione: 30 agosto 2023.

Tutti pazzi per l'olio d'oliva: la domanda mondiale cresce del 5,3%, <https://www.ilsole24ore.com/art/tutti-pazzi-l-olio-d-oliva-domanda-mondiale-cresce-53percento-AEQstl3B>, ultima consultazione: 18 luglio 2023.

Xylella, Coldiretti: infettato il 40% della Puglia, addio a 21milioni di ulivi, <https://www.ilsole24ore.com/art/xylella-coldiretti-infettato-40percento-puglia-addio-21milioni-ulivi-AEnqY4ND>, ultima consultazione: 25 agosto 2023.