

# Il Frantoio La Majatica

Dalla tutela alla diversificazione dell'uso della cultivar Majatica



Il borgo di San Mauro Forte, sede odierna del frantoio “La Majatica” nonché ambito territoriale che accoglie l’omonima azienda agricola, si caratterizza per l’abbondanza di oliveti diffusi sulle colline circostanti a cui si deve l’appellativo di “Città dell’olio” quale risorsa strategica per la comunità del materano.

## L’Azienda

Risale al 1956 l’avvio dell’attività di commercio, principalmente a grossisti, di cereali e olive condotta dal nonno, dallo zio e dal padre di Angelo Valluzzi, attuale titolare dell’impresa olivicola-olearia. Intorno agli anni ’70 l’abbondante produzione di olive avvenuta nel tempo ha favorito l’installazione del primo macchinario nel centro storico cittadino; a fine anni ’90, la scelta di continuare e migliorare il percorso di trasformazione si avvale del primo intervento innovativo motivato dall’obsolescenza delle attrezzature che furono sostituite da un impianto a ciclo continuo e successivamente, nel 2018, da un frantoio a due fasi, unico in Basilicata. L’impianto a due fasi, che non prevede l’aggiunta di acqua ma sfrutta quella contenuta naturalmente nelle drupe convogliata nella sansa durante la lavorazione, consente di disporre di un buon residuo solido di scarto. Quest’ultimo trova, previa estrazione del nocciolino, applicazione in azienda come concime mentre il nocciolino è impiegato come combustibile sia per alimentare una caldaia a

## TEMI

### CARATTERE INNOVATIVO

Progetti nei quali l’innovazione di prodotto, processo, tecniche è l’elemento chiave per lo sviluppo dell’azienda. Nuovi impianti, nuovi sistemi, nuovi metodi di produzione e commercio, nuove frontiere per la comunicazione (comprese le ICT).

### PRODOTTI LOCALI, CULTIVAR E SPECIE AUTOCTONE

Progetti di recupero e valorizzazione di antiche cultivar o razze autoctone rare o in via di estinzione, compresi metodi tradizionali di produzione, coltivazione e trasformazione.

### ECONOMIA E TERRITORIO RURALE

Progetti capaci di incidere sulla dimensione economica e sociale del contesto rurale nel quale vengono realizzati, ovvero progetti di diversificazione del reddito aziendale con offerta di servizi alla popolazione, al territorio o ad altri utenti, compresi progetti tesi a migliorare la qualità della vita nelle aree rurali.

### RETI E FILIERE

Progetti che vedono gli aspetti relazionali, la collaborazione e la costruzione di reti come gli elementi vincenti di una strategia di sviluppo agricolo e del contesto rurale. Reti formali e informali, reti orizzontali o verticali (filieri), territoriali, di conoscenza, di scambio, di cooperazione.

### BIO E QUALITÀ

Progetti che hanno puntato sulla produzione biologica o hanno investito sulla produzione agroalimentare di qualità, con prodotti a denominazione certificata, prodotti locali ottenuti grazie all’azione di recupero della biodiversità autoctona, prodotti tradizionali.

biomassa a servizio dell'azienda e dell'abitazione sia per sostenere il canale di vendita della biomassa. Dal 2015 è stato aggiunto in azienda un impianto fotovoltaico per l'auto-produzione di energia elettrica.

Il frantoio sopprime anche al fabbisogno di trasformazione di altri produttori di olive dell'area grazie all'attività di conto-terzismo. L'approvvigionamento di materiale necessario al post-trasformazione segue un canale extraregionale per le bottiglie e locale per etichette e stampa.

Altre novità hanno riguardato l'imbottigliamento che prima non veniva effettuato e l'apertura ai mercati internazionali facilitata e sostenuta grazie anche al ricorso all'e-commerce introdotto in azienda tra il 2002 e il 2003. Non meno importante ai fini della valorizzazione delle caratteristiche del frutto (sapore più piccante e amaro) e quindi della qualità dell'olio è stata la scelta di spostare il periodo di raccolta anticipandolo da dicembre ad ottobre.

All'azienda agricola, ereditata da parte materna, estesa su 2 ettari circa e occupata da 220 piante di olivi, è stata aggiunta di recente una proprietà di circa 3,5 ettari sulla quale sono state insediate 630 piante condotte con metodo biologico certificato (ICEA), adottato a partire dal 2014. L'attuale volume di olive ottenute oscilla tra i 150 e i 200 quintali, sebbene il cambiamento climatico, insieme al comune attacco della mosca, influenzi significativamente i quantitativi di prodotto. La raccolta delle olive si avvale di manodopera extra comunitaria perfettamente integrata nel tessuto sociale locale, mentre solo per il periodo della molitura, il lavoro viene eseguito da due operai specializzati.

Considerate le antiche origini della varietà (oltre 500 anni) e la localizzazione della produzione ai soli territori di San Mauro Forte, Ferrandina e Stigliano, l'incentivo a investire nella varietà Majatica si è diffuso ad altri produttori, favorendo due risultati di rilievo a vantaggio da un lato del prodotto avviato verso l'estinzione, dall'altro del territorio grazie all'ingresso dei giovani in agricoltura e al loro nuovo spirito imprenditoriale che ha favorito l'ingresso della varietà Majatica in mercati come quello americano, giapponese e inglese.

A livello nazionale la clientela, diversificata e distribuita per il 90% al Nord Italia (Lombardia, Veneto, Friuli V.G., Piemonte), si compone di privati, ristoranti ed enoteche, ma viene acquisita anche attraverso le numerose fiere (Olivarum) e i riconoscimenti sia regionali che nazionali ed internazionali.

Attualmente, le difficoltà determinate dall'epidemia da Covid-19 hanno rallentato e/o interrotto la promozione del prodotto sebbene la Brexit, per quanto riguarda il mercato inglese, avesse già determinato una serie di problematiche alla dogana.

Tutt'altro che trascurabile, comunque, risulta il contributo offerto dal turismo di Matera capitale della cultura 2019 quale attrattore privilegiato, che veicola il canale per gli acquisti di prodotti tipici lucani come l'olio. La degustazione è particolarmente concentrata all'acquisto nei mesi di ottobre-novembre mentre avviene in maniera più sporadica durante gli altri mesi dell'anno.

Gli obiettivi futuri dell'azienda puntano all'espansione del marchio Majatica attraverso strategie di marketing mirate, utili a conquistare nuovi mercati, supportate dall'ammmodernamento continuo delle attrezzature e dall'attività di ricerca e sperimentazione specifica, dove il miglioramento ambientale ed organizzativo dei vari processi ambientali agevola il riconoscimento della sostenibilità aziendale.

## I finanziamenti pubblici

I finanziamenti che hanno consentito lo sviluppo dell'impresa si riferiscono al PSR Basilicata 2000-2006 per la realizzazione della sala d'imbottigliamento; ad un bando del Gal "Le Macine" pubblicato nell'ambito del PSR 2007-2013 per l'installazione dei pannelli fotovoltaici e l'acquisto del macchinario per il nocciolino. In ultimo la partecipazione alla Misura 3.2 del PSR 2014-2020 con la costituzione di una rete d'impresе lucana per valorizzare in maniera unita alle fiere nazionali ed internazionali l'olio.

A cura di Assunta D'Oronzio e Teresa Lettieri **Gennaio 2022**

### I numeri dell'Azienda

#### Lavoratori:

**1 titolare azienda**

**2 lavoratori stagionali** per la trasformazione

**Lavoratori stagionali** operazioni di campo e raccolta

#### Caratteristiche terreni

**5,5 ettari**

**850 piante di olivo** di cui **220 secolari** (azienda storica)

#### Impianto produttivo:

Frantoio a 2 fasi

Impianto fotovoltaico

Caldaia a biomassa

Fonte: Intervista e sito internet



## I numeri della Cooperativa

**350** soci

**450** gli ettari coltivati dai soci

**120.000** piante di olivo

## Finanziamenti

### PSR 2014-2020

**Misura 4.2 del PSR**- rinnovo del parco macchine grazie alla misura **ammodernamento aziendale 4.2** nel 2016. Grazie a questo bando abbiamo avuto la possibilità di realizzare tutto e con le migliori tecnologie e pulizie delle olive quando arrivano, condizionamento della pasta, decanter alla 176 mila euro.

**OCM parte cantina 2016** (prima della cessione della cantina avvenuta nel 2019), grazie alla quale è stato effettuato un ammodernamento delle vasche e l'acquisto di alcune vetrinette per la commercializzazione del vino.

**Misura 3:** tipo di operazione 3.2.01 "Attività di promozione e informazione da gruppi di produttori sui mercati interni" (Focus Area 3A) - promozione e commercializzazione dell'olio di oliva DOP Brisighella, importo ricevuto pari a 18 mila euro.

Fonte: Intervista e sito internet