

Azienda "Olive Gregori"

L'oliva ascolana tenera è un patrimonio da salvaguardare e valorizzare perché tutti la possano conoscere"



L'intervista



L'azienda agricola Olive Gregori è situata nel comune di Montalto delle Marche in provincia di Ascoli Piceno, nella terra della oliva ascolana tenera, la regina tra le olive

verdi da mensa base ideale dell'oliva ascolana del Piceno ripiena DOP. L'azienda nasce da un progetto ambizioso che racchiude in sé la volontà della famiglia Gregori di continuare ad ammodernare la sua attività e di radicarsi di più al territorio. I terreni dell'azienda sono di proprietà della famiglia da quattro generazioni e hanno ospitato negli ultimi sessanta anni principalmente colture cerealicole, vigneti, oliveti e frutteti. Nel 2009 nasce la necessità di dare un'impronta più moderna e allo stesso tempo locale all'azienda. Da qui la decisione di destinare l'intero fondo aziendale alla coltivazione dell'oliva ascolana del piceno DOP, impiantando oltre mille ulivi, e di chiudere la filiera trasformando e vendendo direttamente le olive e i relativi prodotti in azienda.

In una giornata assolata di settembre, poco prima della nuova raccolta, abbiamo incontrato Stefano Gregori, fondatore dell'azienda, al quale abbiamo chiesto come sono andate le cose.

Come è nata l'azienda e quali sono le motivazioni che vi hanno spinto a rimanere in agricoltura?

I motivi sono legati alle origini stesse dell'azienda. Il terreno, che si estende su quasi sei ettari, e l'abitazione erano di proprietà della famiglia di mio nonno. Il terreno era coltivato tradizionalmente con oliveti, vigneti, seminativi ed erba medica destinata agli animali e rappresentava la principale fonte di sostentamento. Quando mio nonno è venuto a mancare nel 2003, il terreno è stato affidato in gestione per un breve pe-

riodo di tempo. Purtroppo, l'esperienza si è rivelata deludente. L'attaccamento alla terra e la passione per l'oliva ascolana con cui siamo cresciuti e che nel frattempo era diventata DOP, ci ha spinto a riprenderci i terreni e a iniziare una nuova avventura puntando tutto su questa varietà di oliva. A quel tempo, stiamo parlando del 2009, abbiamo ritenuto che l'oliva ascolana meritasse di essere salvaguardata e valorizzata per la sua elevata qualità che la rende un prodotto di eccellenza in grado di assicurare un reddito. Sono stato il primo ad insediarsi in agricoltura, grazie al PSR, in quanto mio fratello Luca era ancora in età scolare, pur essendo coinvolto nella gestione dell'azienda, come tutti gli altri membri della famiglia.

Cosa avete fatto per diventare un caso di eccellenza?

A livello produttivo, abbiamo puntato tutto sulla qualità convertendo l'intera produzione in biologico e investendo nell'oliva ascolana, un'oliva che ha una bassa resa produttiva ma un'altissima qualità. Per preservarne le caratteristiche organolettiche, abbiamo deciso di controllare tutti i passaggi della trasformazione e di prestare la massima attenzione anche nel confezionamento utilizzando contenitori in acciaio inox che, a differenza delle confezioni tradizionali, evitano qualunque tipo di alterazione e mantengono integri sapori e profumi.

Abbiamo poi implementato un'innovazione agronomica che consiste nell'irrorare tutta la chioma dell'olivo con una soluzione a base di calcio cloruro diidrato. L'idea non è completamente nuova in quanto questo prodotto è già usato in settori come la frutticoltura con ottimi risultati. La novità sta nel fatto che in olivicoltura

il suo utilizzo non è frequente nonostante i notevoli vantaggi, tra cui la possibilità di impiegarlo in agricoltura biologica e il prezzo relativamente basso. Con appena 100 euro è possibile coprire l'intera annata agraria. Un altro aspetto che ci distingue da molte altre realtà del territorio è la chiusura della filiera. Controlliamo tutte le fasi aziendali, dalla produzione, alla trasformazione in olive in salamoia e in olio, al confezionamento, alla promozione dei prodotti e la vendita diretta in azienda. Manca la distribuzione all'esterno, ma la nostra realtà è troppo piccola per internalizzare anche questa fase e pertanto preferiamo rivolgerci a soggetti specializzati. Siamo inoltre molto attivi nella ricerca di collaborazioni con altri soggetti disposti a valorizzare i prodotti del nostro territorio. Un esempio è la collaborazione avviata con una nota impresa marchigiana che produce il Paccassassi, il finocchio selvatico marino coltivato e raccolto sul Monte Conero. L'obiettivo è creare una nuova conserva che combini l'oliva ascolana con il Paccassassi.

Quali fonti utilizzate per finanziare i vostri progetti e quanto sono importanti per voi?

I risparmi della famiglia ci hanno consentito di muovere i primi passi. Siamo ricorsi anche ai classici canali creditizi ma un'importante fonte è stata senza dubbio il PSR grazie al quale abbiamo ricevuto contributi per il primo insediamento e abbiamo potuto realizzare la nostra idea di impresa. Con il PSR è stato possibile seguire un percorso di formazione, impiantare l'uliveto, convertirci al biologico, realizzare il laboratorio di trasformazione delle olive in salamoia, creare un frantoio, realizzare un invaso per il recupero delle acque piovane e avviare la collaborazione con enti di ricerca e altre imprese per la realizzazione di nuovi prodotti. Senza tutto questo saremmo rimasti una piccola realtà produttiva, schiacciata dalle politiche di mercato, e probabilmente avremmo presto abbandonato. Il PSR invece fornisce quella liquidità che occorre per non restare piccoli. Ma solo se possiedi un vero progetto imprenditoriale che punti all'innovazione e alla sostenibilità ambientale, proprio come quello che abbiamo realizzato.

Che rapporti avete con i vari soggetti che operano in agricoltura?

Intratteniamo rapporti con diversi soggetti. La Regione è il nostro interlocutore principale per quanto riguarda la partecipazione ai bandi del PSR. Partecipiamo ad eventi fieristici realizzati dalla Regione per promuovere aziende e prodotti marchigiani e abbiamo più volte aderito a iniziative organizzate da associazioni dei produttori che prevedono visite in azienda. Nei

riguardi degli altri produttori olivicoli, i rapporti non sono competitivi, anzi spesso collaborativi, in quanto operiamo in nicchie di mercato separate con clientele proprie e fidelizzate. Questo perché proponiamo prodotti con caratteristiche uniche e distintive in termini di qualità, quantità e fascia di prezzo. In merito alla fase distributiva, abbiamo rapporti consolidati con alcuni importatori e distributori che operano all'estero, con agenti di commercio ma anche direttamente con ristoratori, bottegai e altri dettaglianti.

Quali sono le difficoltà maggiori riscontrate nello svolgimento della vostra attività e come le istituzioni potrebbero aiutarvi a risolverle?

Una prima difficoltà è quella di lavorare una varietà molto delicata qual è appunto l'oliva ascolana tenera e di adottare metodi di produzione biologica che espongono le piante ad un elevato rischio di attacchi da parte della mosca olearia. Servirebbero sistemi di protezione naturali, meno costosi e più efficaci in grado di allontanare i rischi derivanti da possibili infestazioni. In questo, il mondo della ricerca potrebbe essere di grande aiuto.

Un'ulteriore difficoltà è la concorrenza sleale proveniente da olio importato di scarsa qualità ma spacciato come olio EVO di origine italiana nonostante la severità della normativa nazionale. Il problema è nel tipo di controlli molto più attenti al rispetto delle leggi che alla verifica dei parametri qualitativi.

Un altro problema che riscontriamo è la difficoltà a promuovere i nostri prodotti in occasione di fiere e manifestazioni. A questi eventi prendono parte grandi produttori che godono di spazi espositivi maggiori e fanno oli a prezzi molto più accessibili ma anche perché tra i consumatori manca ancora una cultura dell'olio di eccellenza. La Regione potrebbe aiutarci finanziando la partecipazione anche ad eventi più di nicchia, oltre a campagne mirate di informazione e corsi di degustazione.

Ci sono state poi difficoltà dovute alla pandemia da Covid-19. Con il lockdown, tutta la ristorazione è andata in crisi. Anche le botteghe hanno chiuso e ci sono stati cali nelle importazioni nei paesi in cui siamo presenti. L'unico canale che ha tenuto è stato quello della vendita online. Il calo riscontrato nelle vendite è stato frenato grazie alla diversificazione dei canali di vendita.

A cura di Andrea Bonfiglio Gennaio 2022

**Luca Gregori desidera ringraziare il Dott. Enrico Maria Lodolini, ricercatore presso il CREA, e il Prof. Davide Neri dell'Università Politecnica delle Marche per la preziosa collaborazione fornita durante la preparazione della tesi di laurea.*