

**LA SFIDA** IMPRENDITORIALE DEI FRATELLI FOGGIANI MARCO E MARIO MORRONE

# Una rete liscia come l'olio

*Nasce Olivante, la piattaforma d'incontro tra produttori e ristoratori*

Una sfida avvincente quella di Marco e Mario Morrone, due fratelli di 26 e 30 anni nati a Foggia, nella terra dell'olio che, con il 51% di quota di mercato la Puglia è il primo produttore di olio in Italia, seguita da Calabria (13%) e Sicilia (10%). I Morrone nel dare vita ad Olivante ([www.olivante.it](http://www.olivante.it)) si sono posti l'obiettivo non solo di mettere in contatto i piccoli produttori locali con il mondo della ristorazione ma anche di sviluppare una cultura dell'olio ancora molto limitata e che vada oltre i soliti stereotipi. "In Italia esistono oltre 400 cultivar autoctone ma ancora in gran parte dei ristoranti ai clienti viene proposto semplicemente olio EVO, senza considerare le centinaia di sfumature e di abbinamenti che possono essere fatti con le diverse tipologie di pietanze," spiega Mario Morrone co-founder di Olivante.

"Così come per il vino, anche per l'olio c'è il giusto abbinamento per ogni piatto ma se per il vino le competenze generali di ognuno di noi sono già più diffuse sull'olio ancora questa consapevolezza manca." Olivante, quindi, si propone di creare una piattaforma on line per la vendita di olio, dove i ristoratori possono accedere a un'offerta molto più ampia di piccole produzioni locali a cui altrimenti non avrebbero mai avuto accesso e scegliere, da una dettagliata carta degli oli, le diverse cultivar proposte e i vari abbinamenti, anche in base ai piatti della loro cucina.

A differenza delle innumerevoli piattaforme di vendita online che aggregano le piccole produzioni locali, Olivante si rivolge al mercato della ristorazione e dell'ho-reca perché, come spiegano i due founder "Nel settore oleario le aziende considerate competitive sono il 37% del mercato, che scendono al 30% se consideriamo solo quelle che commerciano direttamente e non producono solamente; questo significa che il 70% dei frantoi italiani è tagliato fuori dalla grande distribuzione e non ha un accesso facile al mercato. Certo, le piattaforme di vendita online rivolte al consumatore finale possono essere un valido aiuto, ma ciò che rende sostenibile il business di una casa olearia sono i grossi ordini che arrivano, appunto dalla GDO o dalla ristora-



zione. Voler focalizzare la nostra piattaforma proprio sul canale della ristorazione vuol dire poter incidere significativamente sulla loro crescita."

L'olio pugliese conquista i ristoranti di Bergamo: la nascita di Olivante e i primi riconoscimenti

"Ho iniziato ad avvicinarmi al mondo delle startup giovanissimo - spiega Mario Morrone. - Avevo 19 anni e all'epoca ancora la parola startup non era così diffusa. Sono stato co-founder di una startup licenziataria esclusiva di un brevetto internazionale con il quale lanciammo una piattaforma di telecomunicazioni VOIP. Ottenemmo un investimento privato e l'attività durò qualche anno. Per qualche tempo portai avanti questa attività, parallelamente ai miei studi universitari, per poi decidere di dedicarmi a tempo pieno allo studio. Una scelta fortunata perché subito dopo la laurea entrai in una delle più importanti tech company

del mondo, seguendo il digital marketing di uno dei partner dell'azienda. Successivamente, al momento di firmare il contratto di assunzione, mi resi conto che nella vita avrei voluto fare l'imprenditore per costruire un progetto che potesse valorizzare la terra in cui sono nato. Così decisi di tornare a Foggia e di dar vita a Olivante, insieme a mio fratello Marco, che all'epoca aveva appena iniziato gli studi a Bergamo".

Tutto è partito dalla scelta di provare a vendere olio via web cercando di combinare le competenze nel digitale di Mario con un mercato molto tradizionale. "Scegliemmo un produttore di olio pluripremiato ma non molto conosciuto e iniziammo l'attività". Il mercato dell'olio, infatti, è fatto di piccole e medie imprese, molte delle quali sconosciute. Noi volevamo creare qualcosa per far conoscere proprio tutte queste realtà locali che non possono raggiungere

facilmente il mercato, da un lato perché i costi della grande distribuzione sono elevati, dall'altro perché molti di loro non hanno quelle competenze digitali necessarie per farsi conoscere sul web."

Così Marco, che all'epoca studiava a Bergamo, iniziò a bussare alle porte di diversi ristoranti della città per far provare l'olio pugliese. Un banco di prova importante per la startup e una prima validazione della loro idea che diede la spinta ai due giovani per proseguire nel progetto e sviluppare la piattaforma web. Pochi mesi dopo, ad aprile 2019 ottennero la possibilità di partecipare all'iniziativa PIN - Pugliesi Innovativi e vincere così il bando della Regione Puglia che prevedeva un fondo perduto di 30mila euro. Soldi che sono serviti allo sviluppo e al lancio della nuova piattaforma, avvenuto a dicembre 2019, un percorso di espansione oltre i confini della Puglia stessa.

Oggi all'interno della piat-

taforma sono racchiusi oltre 15 produttori provenienti da 4 regioni diverse e 21 differenti cultivar rappresentate, tra cui anche uno tra i migliori oli biologici al mondo. L'obiettivo è quello di raggiungere i 40 produttori in piattaforma entro la fine del 2020. Ogni produttore, quando accede ad Olivante ha a disposizione un proprio pannello di controllo attraverso cui controlla gli ordini e prepara la merce per il corriere che effettua la consegna direttamente al ristorante.

"Nonostante la pandemia, che ha un po' bloccato le nostre attività nei mesi scorsi, siamo fiduciosi di raggiungere con anticipo gli obiettivi che ci eravamo prefissati nel piano di sviluppo presentato. Ma al di là dei numeri, quello a cui teniamo particolarmente è sensibilizzare un consumo di olio più consapevole e più sensibile alle specificità dei nostri territori" Conclude Marco - co-founder di Olivante.it