

Olivante, il primo marketplace che permette ai ristoratori di acquistare l'olio direttamente dai produttori

Articolo tratto dal numero di maggio 2021 di Forbes Italia. [Abbonati!](#)

L'olio è uno degli ingredienti simbolo della nostra cucina. A differenza di quanto avviene con altre specialità, ciò non è bastato a creare attorno a esso una 'cultura': viene spesso trattato alla stregua di prodotti da dispensa come sale e pepe, anche dai ristoratori. Una condizione che per un ragazzo cresciuto sul Gargano, tra le campagne e gli ulivi, non poteva essere accettata. Ancora di più dopo aver girovagato per diverse città del Nord e aver capito quanto un olio pugliese di un piccolo produttore potesse essere una rarità. Con queste convinzioni, e insieme a suo fratello, Marco Morrone ha ideato Olivante, il primo marketplace che permette ai ristoratori di scegliere l'olio più adatto alla propria cucina e acquistarlo direttamente dal piccolo produttore locale. "L'odore dell'olio nuovo è uno dei miei ricordi più vivi. Dietro a questo prodotto c'è tanto lavoro e migliaia di piccole aziende. Noi vogliamo aiutarle", racconta Morrone. "Siamo partiti da tre domande: come può un piccolo produttore competere con la Gdo e i grandi player del settore? Perché se in Italia esistono più di 400 cultivar di olio diverse, si consuma e acquista solo olio extravergine 'generico'? Come può abbinarsi lo stesso olio alla creatività e agli ingredienti di tutti i piatti proposti dalla ristorazione?"

La piattaforma, insomma, vuole risolvere sia i problemi dei produttori che quelli dei ristoratori: i primi possono competere su mercati lontani, anche esteri, e vendere grosse quantità di prodotto senza perdere margine, mentre per i secondi, Olivante è l'unica piattaforma che combina le specificità di ogni singola cultivar con la creatività del loro menù. Nonostante le restrizioni del 2020, il marketplace è riuscito a ottenere buoni risultati con 17 produttori abbonati provenienti da quattro regioni diverse (Puglia, Toscana, Molise e Sicilia), più di 20 cultivar di olio offerte nella 'carta degli oli' e una serie di ristoranti riforniti in Italia. A questi numeri si aggiungono anche un ristorante in Austria e un partner commerciale in Svizzera. "Abbiamo lanciato la nostra beta pubblica a dicembre 2019, alle porte dell'anno peggiore che potessimo immaginare. Per i primi mesi di attività siamo cresciuti con un ritmo mensile del 73% fino al primo lockdown che ha fermato l'intera filiera", spiega. "Abbiamo approfittato di quello stop forzato per creare e lanciare la prima 'carta degli oli' d'Italia disponibile online e la nostra 'guida agli abbinamenti' che ogni ristoratore può scaricare ancora oggi dalla nostra piattaforma compilando un semplicissimo form".

A dare l'impulso iniziale alla startup è stata la vittoria del bando Pin - Pugliesi innovativi, come uno dei progetti più interessanti e promettenti per il mercato del food in Puglia, che ha dato diritto a un finanziamento di 30mila euro a fondo perduto: "Da quest'anno, grazie alle metriche ottenute, siamo partiti con la campagna di fund raising con le prime application".



Morrone, classe 1993, ha girato l'Italia grazie al calcio, militando in diverse squadre tra dilettanti e professionisti, e allo studio, frequentando le Università di Bergamo e Pescara, dove si è laureato in servizi giuridici per l'impresa. È poi tornato a Foggia dove è laureando magistrale del primo corso di laurea d'Italia sulla privacy e sicurezza dei dati personali, un mondo dal quale è stato sempre affascinato e nel quale vorrebbe lavorare come consulente. Senza dimenticare Olivante, perché la road map della startup è piuttosto chiara: "L'obiettivo dei prossimi 12 mesi è quello di diventare leader in Italia per il mercato b2b dell'olio extravergine d'oliva e, una volta superato questo step, l'intenzione è di consolidare la presenza nel mercato estero, in particolare in Austria e Svizzera".