



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
FIRENZE

**DAGRI**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE E TECNOLOGIE  
AGRARIE, ALIMENTARI, AMBIENTALI E FORESTALI

Montespertoli, 5 maggio 2025

Progetto MontespertOlio

# Strategie di Marketing

S. Menghini, B. Fabbri, F. Boncinelli, V. A. Sottini, B. Scarpelli



Regione Toscana



Progetto Regionale PSR 2014-2022 Sottomisura 16.2 della Regione Toscana



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## IL PROBLEMA DI FONDO

Un settore in «eterna crisi» ....

... da sempre ai «marginari»

- degli ordinamenti produttivi
- della convenienza economica

Il «rimedio» proposto con il Progetto:

Concentrare l'offerta in una **Brand identity** collettiva



**Metodo:**

Approccio decisionale condiviso (bottom up)



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## Gli Attori





DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## ANALISI e STRATEGIE

### 1) ANALISI DELLO SCENARIO

Analisi SWOT (punti di forza, di debolezza-rischi, opportunità)

### 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il Marketing mix ideale

### 3) DAL PRODOTTO AL TERRITORIO

Marketing esperienziale  
Marketing territoriale



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



# 1) ANALISI dello scenario (analisi SWOT)

Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats

## Punti di forza

- **Reputazione**
- **Vocazione produttiva locale** (areale produttivo e tessuto socioeconomico locale)
- Immagine **artigianale**
- **Qualità** del prodotto e del processo produttivo
- **Elevata integrazione verticale** del processo produttivo
- **Forte identità** individuale e territoriale
- **Complementarietà** attività aziendali

## Punti di debolezza

- **Ricambio generazionale** debole
- Forte **disomogeneità** delle imprese (dalle imprese «**marginali**» alle imprese «**rivolte al mercato**»)
- **Polverizzazione** dell'intero sistema produttivo e della stessa offerta
- **Scarse forme di integrazione (orizzontale)**
- **Economie di scala svantaggiose** (elev. costi di produzione)
- Scarso ammodernamento strutturale e gestionale
- Forte **alternanza produttiva**
- **Condimento**



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



# 1) ANALISI dello scenario (analisi SWOT)

Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats

## Opportunità

- **Innovazione**
- **Domanda in crescita** (>qualità , > quantità)
- **Sensibilità vs. produzioni e stili di vita sostenibili** (modello LOHAS)
- **Turismo rurale**

## Minacce

- Avversità climatiche e fitopatologiche
- Omologazione preferenze dei consumatori (trend neg. Prod-territorio)
- Distribuzione (GDO, Asimmetrie informative. (dis)informazione)
- Disposizioni normative (etichettatura)
- Competitors
- Volatilità dei prezzi
- Olivicoltura «residenziale» e «hobbistica»



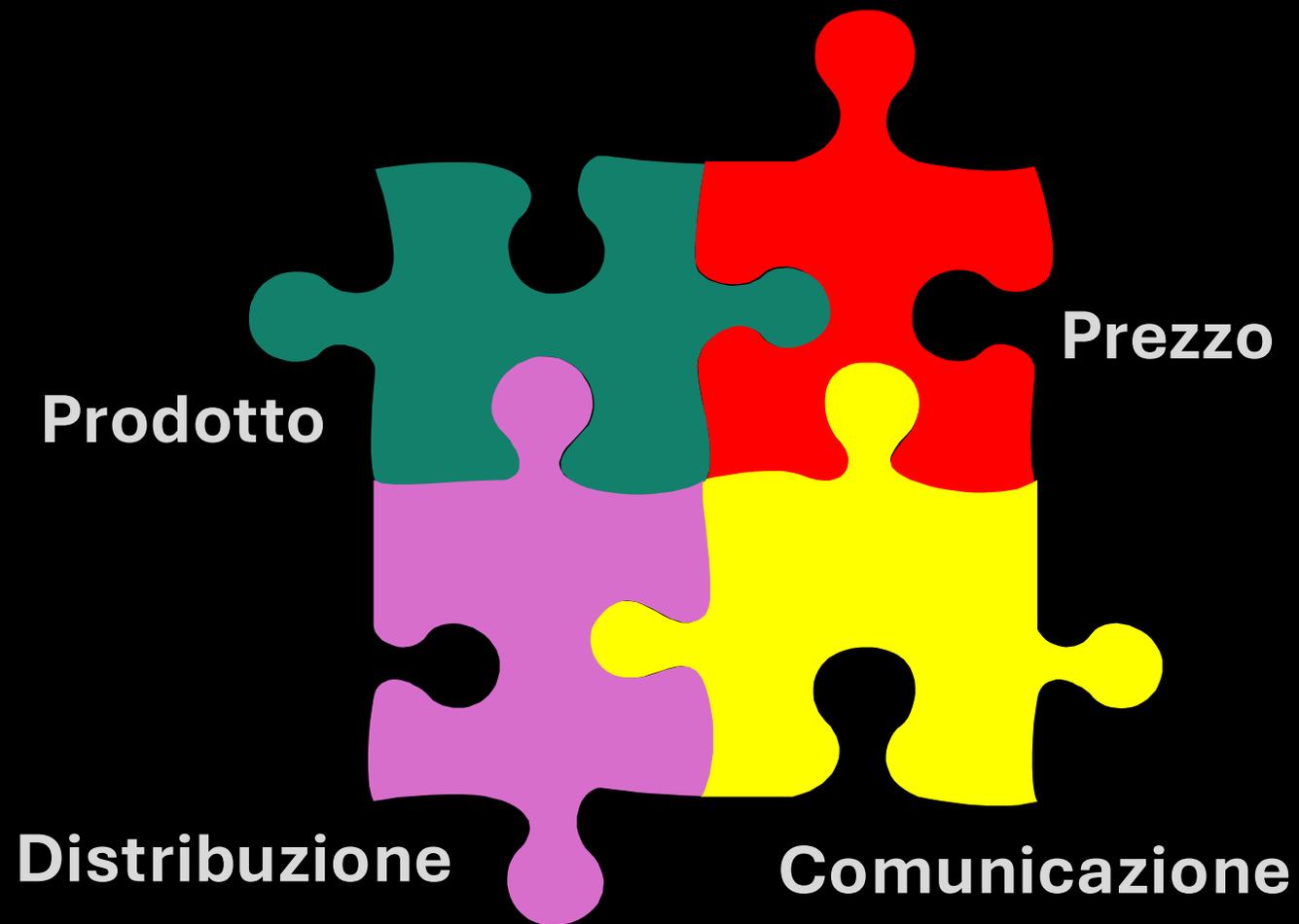
DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

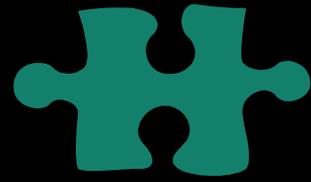
Il marketing mix ideale





DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il marketing mix ideale

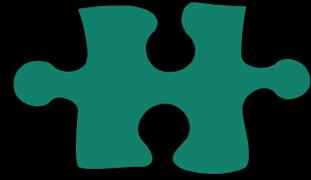
**Prodotto (Confezione)**





DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il marketing mix ideale

### Prodotto (Confezione)

12% volume IG su totale produzione 2024 toscana



certificazioni

chiusura

bottiglia

IDENTITA'

IMMAGINE



INFO AGGIUNTIVE  
smart label

INFO  
OBBLIGATORIE



Vincoli:

- Normativi
- Costo
- Destinazione finale

TENUTA BARBADORO



Tenuta Barbadoro - Via Volterrana Sud, 45  
50025 Montespertoli (FI) - Italia  
[www.tenutabarbadoro.it](http://www.tenutabarbadoro.it)

Olio di oliva di categoria superiore  
ottenuto direttamente dalle olive e unicamente  
mediante procedimenti meccanici.  
Ottenuo tramite estrazione a freddo da olive  
raccolte nella propria azienda e frante in giornata.  
Conservare in un luogo fresco  
al riparo della luce e da fonti di calore.

#### INFORMAZIONE NUTRIZIONALE

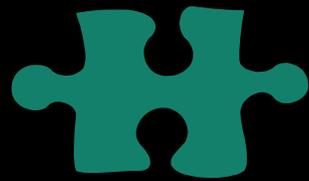
Energia (Kcal):	899	sale	0 g
Energia (Kj):	3762	carboidrati	0 g
grassi	99,9 g	zuccheri	0 g
acidi grassi saturi	14,46 g	proteine	0 g

RACCOLTA DIFFERENZIATA VERIFICA LE DISPOSIZIONI DEL TUO COMUNE.	BOTTIGLIA	TAPPO
	GL 71 VETRO	LDPE4 MULTIMATERIALE



DICIANNOVE

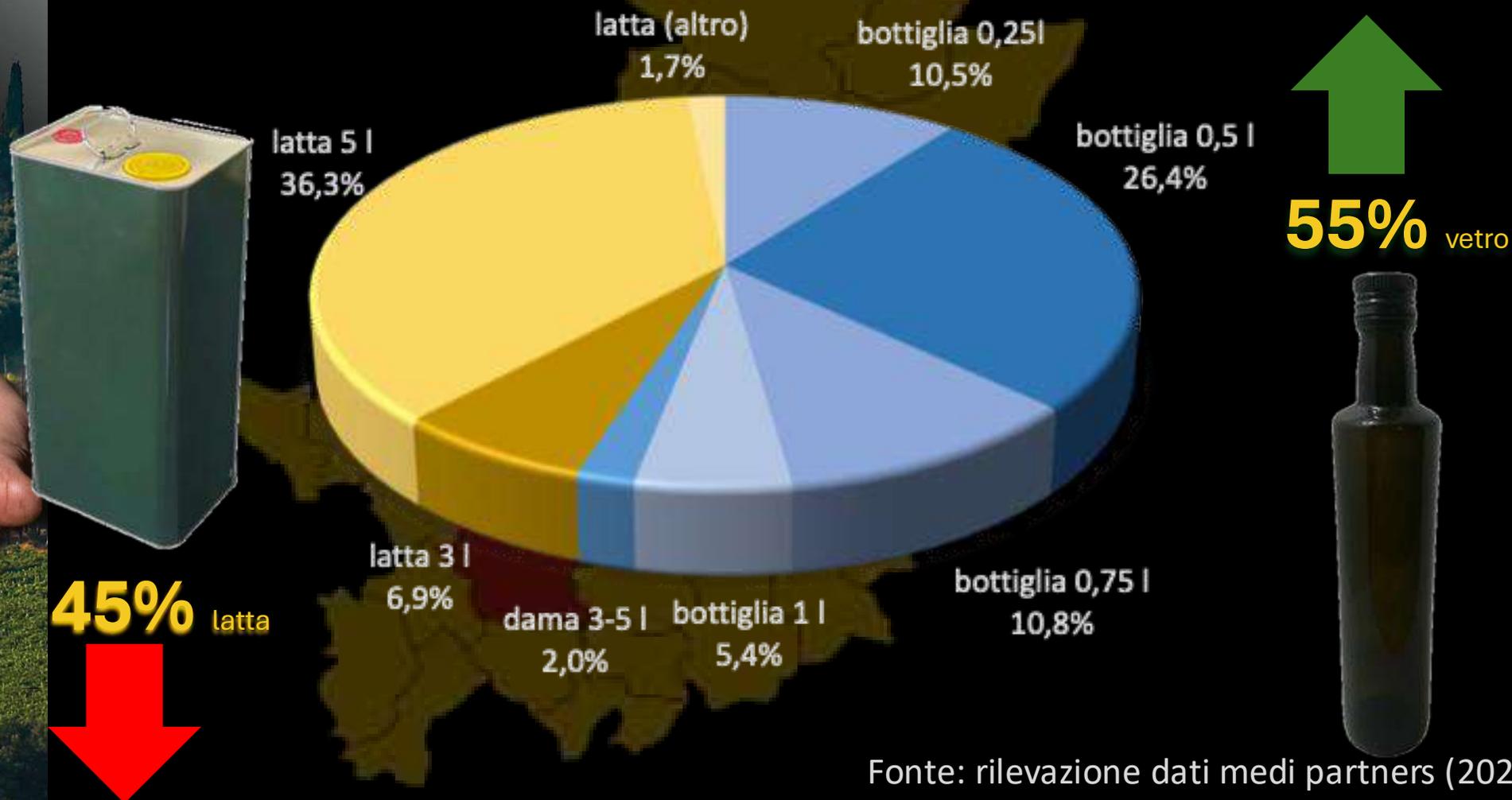
Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il marketing mix ideale

**Prodotto (confezione)**

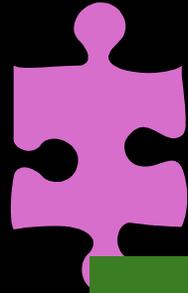


Fonte: rilevazione dati medi partners (2023)



DICIANNOVE

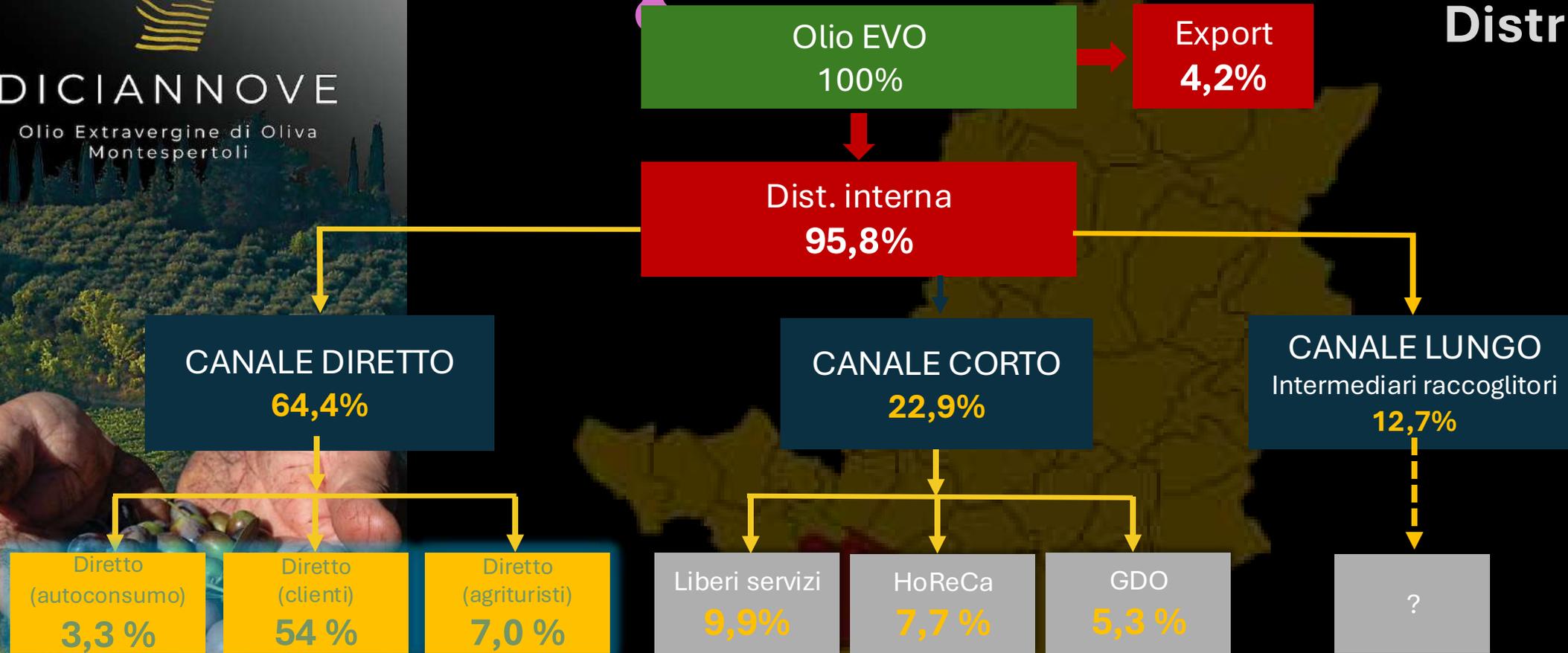
Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il marketing mix ideale

**Distribuzione**

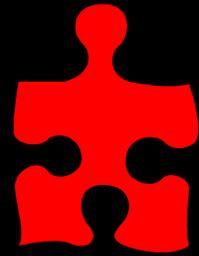


Fonte: rilevazione dati medi partners (2023)



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il marketing mix ideale

**Prezzo**

Differenziare il prodotto ...

... per elevare il prezzo di vendita

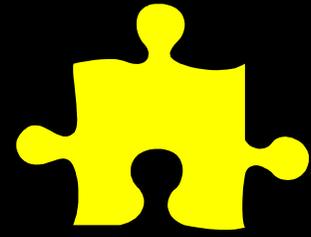
	prezzi unitari		prezzi al litro	
	al consumo	intermediario	al consumo	intermediario
<i>bottiglia 250 ml</i>	9,00	7,25	36,00	29,00
<i>bottiglia 500 ml</i>	13,00	9,47	26,00	18,93
<i>bottiglia 750 ml</i>	15,00	11,00	20,00	14,67
<i>bottiglia 1 litro</i>	17,50	14,50	17,50	14,50
<i>lattina 250 ml</i>	7,00	5,60	28,00	22,40
<i>lattina 500 ml</i>	11,00	10,00	22,00	20,00
<i>lattina 2 litri</i>	35,00	25,00	17,50	12,50
<i>lattina 3 litri</i>	46,20	33,00	15,40	11,00
<i>lattina 5 litri</i>	74,00	60,00	14,80	12,00

Fonte: rilevazione dati medi partners (2023)



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 2) LA STRATEGIA DI PRODOTTO

Il marketing mix ideale

**Comunicazione**

### IL CONTENUTO

Diciannove vs Oliva Madre

Curiosità vs soll. emotiva



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 3) DAL PRODOTTO AL TERRITORIO

### Marketing esperienziale

Dal cliente → all'ospite

Dall'offerta di un prodotto → all'offerta di una esperienza

Trasformazione di talune esternalità positive → in risorse produttive

### Marketing Territoriale

Rete d'impres (non solo agricole)

Istituzioni pubbliche come impres (Amministrazione Comunale, Università, ecc.)



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## 3) DAL PRODOTTO AL TERRITORIO

### Marketing territoriale





DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



## PROSPETTIVE

### MONTESPERTOLIO: un primo passo per .....

- **Dare vita ad un soggetto permanente** (Associazione?)
- **Registrare il marchio**
- **Adottare permanentemente elementi del mix comunicativo definiti con il progetto** (nell'ambito dei propri spazio comunicativi)
  
- **Concentrare oltremodo l'offerta**  
dalla confezione condivisa al «blend» (tra diverse aziende)
- **Modificare il modello distributivo**  
(aumentare i volumi d'imbottigliato per ... > **mix distributivo** e >**Export**)
  
- Esplorare (con economie di scala più favorevoli) **packaging ancora più raffinati**  
(serigrafie, stampe oro, Pkg di secondo livello, ecc.)
- Ipotizzare **diverse linee di prodotto** (ad es. diverse per i blend rispetto ai monovarietali) utilizzando anche le alternative grafiche e di naming emerse con il progetto
- Valutare l'opportunità di **ricorrere maggiormente alla certificazione IG (DOP e IGP) (... e biologico)**



DICIANNOVE

Olio Extravergine di Oliva  
Montespertoli



Grazie