



PR CALABRIA FESR FSE+ 2021-2027

OP 1 – UNA CALABRIA PIÙ SMART

PRIORITÀ 1 – RICERCA, INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ

RS01.3. Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione dei posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi

Azione 1.3.2.

Internazionalizzazione PMI

**Progetto realizzato nell'ambito del Programma operativo PR CALABRIA FESR FSE+ 2021-2027
CUP J58124000390005**

In un mercato globale caratterizzato da rapidi cambiamenti e nuove sfide competitive, guardare oltre i confini nazionali non rappresenta solo un'opportunità, ma una scelta strategica indispensabile. Con questa visione, Oleificio Sità S.r.l. ha avviato un progetto di internazionalizzazione cofinanziato dal **Programma Regionale Calabria FESR FSE+ 2021-2027**, con l'obiettivo di consolidare la propria presenza sui mercati esteri e valorizzare l'autenticità del Made in Italy agroalimentare.

Nel cuore della Calabria, ad Agnana Calabra, l'Oleificio Sità S.r.l. rappresenta una realtà imprenditoriale che unisce tradizione e innovazione, portando nel mondo l'autenticità dell'olio extravergine d'oliva italiano. Nata oltre un secolo fa come piccolo frantoio a conduzione familiare, l'azienda è oggi giunta alla quarta generazione, mantenendo intatti i valori originari e consolidandosi come player internazionale capace di esportare in oltre cinquanta Paesi. La storia dell'Oleificio Sità è strettamente intrecciata con quella dell'olivicoltura calabrese. Dalle antiche macine in pietra alle moderne tecnologie di estrazione a freddo, l'impresa ha saputo evolvere senza mai perdere il legame con la propria terra. Questo percorso ha trasformato una piccola realtà locale in un punto di riferimento globale, con una quota export che rappresenta l'85% del fatturato. La missione dell'azienda è chiara: perseguire l'eccellenza dal campo alla bottiglia. Ciò significa collaborare con i coltivatori locali, promuovere pratiche agricole sostenibili e selezionare le olive nel momento ottimale di maturazione. Significa anche garantire processi di trasformazione che preservino le qualità nutrizionali e aromatiche del frutto, per offrire un olio che non sia solo un condimento, ma un'esperienza sensoriale e culturale. La visione di Sità si fonda su due pilastri: il radicamento nel territorio e l'innovazione tecnologica. La Calabria, con le sue oltre trenta cultivar autoctone e i suoi uliveti secolari, è la base di una biodiversità unica che l'azienda valorizza e tutela. Accanto a questo patrimonio naturale, l'oleificio ha sviluppato uno stabilimento moderno, dotato di impianti di frangitura a ciclo continuo, decanter di ultima generazione e un laboratorio interno che assicura controlli rigorosi su ogni lotto. Le sei linee di confezionamento automatizzate permettono una capacità produttiva giornaliera di 150.000 litri e uno stoccaggio di un milione di litri in silos sotto azoto, garantendo freschezza e costanza qualitativa.

CONTRIBUTO

L'azienda è stata ammessa al progetto, con un contributo pari ad € 76.740,00 a fronte di un investimento complessivo pari ad € 81.740,00.

OBIETTIVI

- **Consolidamento del Brand:** Rafforzare la notorietà e il posizionamento di Sità come sinonimo di qualità e innovazione sui mercati internazionali.
- **Espansione della Rete Commerciale:** Ampliamento del network di clienti, distributori e partner strategici, costruendo relazioni solide e durature.
- **Esplorazione di Nuovi Mercati:** Analizzare e penetrare mercati ad alto potenziale, diversificando la presenza geografica e riducendo il rischio.
- **Promozione dell'Eccellenza:** Valorizzare l'unicità dei nostri prodotti attraverso una partecipazione mirata a fiere di settore e campagne di export marketing dedicate.

PRODOTTI

L'offerta Oleificio Sità comprende un'ampia gamma di oli in grado di soddisfare segmenti diversi di consumo: dall'olio extra vergine "Classico" e "Premium 100% Italiano", alle produzioni certificate **IGP Calabria, DOP e biologiche**. Accanto a queste eccellenze, l'azienda propone una linea di oli aromatizzati, oli di oliva e di sansa, oli di semi e aceti di vino. Tutti i prodotti riflettono un approccio fondato su qualità, tracciabilità e cura del packaging, con bottiglie e formati studiati per garantire protezione e praticità in ogni canale, dal retail all'Ho.Re.Ca.

ATTIVITÀ

Il percorso verso i mercati globali si è articolato in tre fasi operative, pensate per garantire un approccio metodico ed efficace:

Fase 1. Elaborazione di un piano export

La fase iniziale ha previsto la definizione di una mappa strategica per l'espansione. È stata condotta un'analisi approfondita dei trend di consumo, del panorama competitivo e delle normative dei mercati esteri potenziali. Tale analisi ha permesso di elaborare un piano export dettagliato, identificando i paesi target più ricettivi e sviluppando per ciascuno una *value proposition* su misura, comprensiva di strategie di marketing, pricing e canali distributivi.

Fase 2. Partecipazione a fiere internazionali:

Le fiere internazionali hanno rappresentato le vetrine strategiche del progetto. L'azienda ha selezionato e partecipato a cinque degli eventi più rilevanti del settore food & beverage a livello globale: **FHC (Cina), Anuga (Colonia), FOODEX (Giappone), FINE FOOD (Australia) e PLMA (Amsterdam)**. In queste occasioni, la partecipazione non si è limitata alla semplice esposizione, ma ha incluso l'organizzazione di incontri B2B, sessioni di degustazione e momenti di networking, trasformando ogni evento in un'opportunità concreta per generare contatti e accordi commerciali.

RISULTATI

Il progetto di internazionalizzazione ha agito come un potente catalizzatore di crescita, generando un impatto positivo e misurabile su tre livelli strategici.

- **Risultati Commerciali:** Sono stati generati un numero significativo di contatti qualificati e avviate nuove trattative commerciali, che hanno portato all'ampliamento del portafoglio clienti e a un incremento del volume di vendite sui mercati esteri.

- **Risultati Reputazionali:** La presenza costante e professionale sui palcoscenici internazionali ha rafforzato la brand awareness di Sità. Il marchio è oggi sempre più riconosciuto non solo come espressione del Made in Italy, ma come **ambasciatore della qualità agroalimentare della Regione Calabria**.
- **Risultati Strategici:** L'esperienza diretta sui mercati ha arricchito il team aziendale di competenze avanzate in ambito export, negoziazione internazionale e marketing. Questo patrimonio di know-how rende l'organizzazione aziendale più agile, competitiva e preparata ad affrontare con successo le sfide future.