

## **Il turismo dell'olio: una nuova attività rigenerativa per lo sviluppo delle destinazioni minori. L'esperienza di Zungoli\***

FRANCESCA SORRENTINI\*\* - VIRGINIA CARBONE\*\*\*

### *Abstract*

*Campania, and in particular the area of the Ufita Hills in Irpinia, has a rich olive heritage with valuable native varieties. The oil produced is of high quality and can become a driving force for rural development through oil tourism, a form of sustainable tourism that enhances the landscape, local culture and agri-food production.*

*The work analyses how this activity can contribute to local development, especially in the municipalities linked to the DOP Oil "Irpinia Colline dell'Ufita", promoting hospitality, culture and gastronomy. Olive growing in Irpinia has historical roots and today can be part of an experiential tourist offer that responds to new demands for quality, authenticity and sustainability. The village of Zungoli, an example of a place not affected by mass tourism, is an emblematic case of how oil tourism can determine economic, social and environmental benefits, involving not only farms but the entire territory with innovative and inclusive proposals.*

*Keywords: Irpinia; Oil tourism; Zungoli.*

### **1. Introduzione**

L'olivo (*Olea europaea* L) è una specie sempreverde e longeva coltivata nel Bacino del Mediterraneo fin dall'antichità e la sua coltivazione è sempre stata legata alla dieta, alla cultura e all'economia di molte aree di questa zona (Fernández-Lobato ed Altri, 2021). Inoltre, il settore olivicolo è ancora oggi un elemento chiave dell'Unione Europea (UE). Infatti, nei paesi produttori dell'UE si realizza il 70-75% della produzione mondiale di olio d'oliva e oltre un terzo di quella di olive da tavola e, per questo mo-

tivo, l'UE, attraverso la sua legislazione, si propone di sostenere e rafforzare questo ruolo guida con un quadro di norme relative a vari settori. Ad esempio, il Regolamento (Ue) 1308/2013 [01] ha istituito una organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e definito le condizioni per il riconoscimento delle organizzazioni di produttori (Op e Aop) anche del settore, mentre quello Ue 2021/2115 [02] reca norme sul sostegno dell'Unione ai piani strategici della politica agricola comune per il periodo dal 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2027.

L'olio extra vergine di oliva rappresenta la principale fonte di grassi alimentari nella Dieta Mediterranea. Numerosi studi internazionali hanno sottolineato come quest'ultima, basata sui modelli alimentari tradizionali di paesi che si affacciano sul Mar Mediterraneo, rappresenti uno dei regimi alimentari più salutari ed equilibrati. Essa prevede il consumo di ortaggi e frutta di stagione, cereali e legumi, oltre a pesce, uova, carne e olio extravergine di oliva. Nel 2010 la Dieta Mediterranea è stata riconosciuta come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità da parte dell'UNESCO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura).

L'olio di oliva è caratterizzato da un alto contenuto di acidi grassi monoinsaturi, con l'acido oleico (C18:1, n-9) che ne rappresenta il componente principale, da un basso contenuto di acidi grassi saturi, e contiene tra il 5 e il 15% (media: 9,5%) dell'acido grasso polinsaturo acido linoleico (C18:2, n-6). Nella sua frazione insaponificabile l'olio d'oliva contiene una varietà di costituenti minori quali tocoferoli, fenoli, composti aromatici, idrocarburi e steroli (Wahrburg ed Altri, 2002). È noto che la composizione e la qualità dell'olio extravergine di oliva sono influenzate da fattori quali la cultivar o la varietà, il grado di maturazione dei frutti, le differenti pratiche colturali, i metodi di lavorazione e conservazione, e le condizioni agroclimatiche. È stato dimostrato, ad esempio, l'effetto della cultivar sul profilo degli acidi grassi dell'oliva così come sul contenuto di polifenoli e tocoferoli e che anche la posizione geografica influisce in modo significativo su questi parametri (Tous, 2017). Infatti, olive della stessa varietà, col-

tivate in diverse condizioni ambientali o in diverse aree geografiche, possono produrre oli extravergini di oliva con caratteristiche organolettiche e proprietà salutari diverse (Fratianni ed Altri, 2019).

La presenza di grassi di origine vegetale insieme ad altre molecole bioattive, composti fenolici, tocoferoli, conferiscono all'olio extravergine di oliva le caratteristiche di alimento nutraceutico. In particolare, ai composti fenolici, che sono tra i principali prodotti del metabolismo secondario delle piante, sono state attribuite proprietà antiossidanti, antiaterogene, antinfiammatorie, antimicrobiche, antitrombotiche, cardioprotettive e vasodilatatrici. Recentemente, poi, si è scoperto che i composti fenolici alimentari possono modulare la composizione del microbiota intestinale e, di conseguenza, le sue funzioni biologiche (Mihaylova ed Altri, 2024). L'uso abituale di olio extravergine di oliva viene associato alla riduzione del rischio di una serie di diverse malattie croniche tra cui malattie cardiovascolari e diabete di tipo 2, alla prevenzione della sindrome metabolica e del declino della funzione cognitiva. È stato anche dimostrato che l'olio extravergine di oliva riduce il rischio di obesità e di aumento di peso nel tempo e una maggiore longevità della popolazione (Flynn ed Altri, 2023).

Attualmente sono note circa 1.500 cultivar e/o varietà, oltre a 3.000 sinonimi di cultivar, ecotipi e varietà locali riconosciuti, che complessivamente contribuiscono all'enorme capitale del germoplasma olivicolo. Italia, Spagna, Francia, Tunisia e Grecia presentano il numero più elevato di cultivar e varietà (Fratianni ed Altri, 2019).

Secondo il Registro Nazionale delle varietà di piante da frutto, istituito dal MIPAAF (attualmente MASAF) e i suoi aggiornamenti, attualmente l'Italia annovera ben 736 varietà di olivo (MIPAAF, decreto 4 marzo 2016). Mentre le prime stime produttive dell'olio di oliva sulla campagna 2024/25 indicano un aumento dei volumi mondiali, quelle per l'Italia si presentano in controtendenza per i problemi legati alla siccità che esasperano gli effetti della naturale alternanza produttiva [03]. I cambiamenti climatici già osservati su scala globale, infatti, costituiscono una grande fonte di incertezza nel settore economico legato alle colture agricole. In

particolare, si prevede che il Bacino del Mediterraneo andrà incontro a cambiamenti notevoli nella temperatura e nelle precipitazioni se non verranno raggiunti gli obiettivi di mitigazione degli effetti del cambiamento climatico. Inoltre, nelle aree mediterranee, il cambiamento climatico aumenterà la frequenza di ondate di calore, siccità estreme ed eventi di forti precipitazioni, inducendo incertezze sulla potenziale adattabilità delle colture di olivo (Orlandi ed Altri, 2020). Per affrontare questi rischi naturali saranno necessarie una migliore gestione delle risorse idriche e una maggiore resilienza dell'agricoltura.

Con riferimento all'Italia, l'olivicoltura vanta da sempre il primato di garantire un olio di ottima qualità, con una superficie olivicola pari a 1.122.456 ha [04]. A livello nazionale: la Puglia presenta le superfici più estese (348.950 ha), seguita dalla Calabria (184.682 ha), Sicilia (161.137 ha), Toscana (85.401), mentre la coltivazione dell'olivo nella regione Campania è presente su 70.040 ha, dislocati in tutti i suoi territori. In particolare, Salerno presenta l'area più ampia (37.120 ha), comprendendo il 53% della superficie regionale, seguita da Benevento (20%, 13.700 ha), Caserta (13%, 9.970 ha), Avellino (12%, 8.100 ha) e Napoli (3%, 2.128 ha) [05].

Si tratta di realtà caratterizzate dalla presenza di imprese soprattutto di piccole dimensioni, che, puntando sulla valorizzazione dell'olio così come di altri prodotti agroalimentari tipici di qualità, possono accrescere la loro competitività sui mercati e aumentare i redditi, anche attraverso la creazione di legami con altre attività economiche. Basti pensare al turismo dell'olio, il quale, grazie alle numerose e diverse pratiche culturali ed attività che consentono di vivere in contesti naturali e rurali (visite ai frantoi e musei dell'olio, degustazioni di prodotti locali, escursioni, partecipazione a eventi e festival a tema olio), rappresenta una sfida e al contempo un'ottima occasione per avviare o consolidare processi di sviluppo, promuovendo, tra le altre opportunità, la diversificazione dell'offerta turistica con servizi sempre più personalizzati e con valore aggiunto nell'esperienza (Deramond-Teixera Pinto Dias, 2024) e la possibilità per le comunità locali di recuperare e rivalutare il rapporto con gli elementi naturali.

Scopo del lavoro è analizzare le implicazioni derivanti dalla coltura olivicola e in particolare dalla diffusione dell'oleoturismo nell'area irpina delle Colline dell'Ufita, dove i terreni vulcanici e il clima mite, ma con eccezionali punte di freddo, nonché l'ubicazione degli oliveti ad elevate altitudini favoriscono questa produzione d'eccellenza, che, tuttavia, risulta ancora limitata rispetto alle sue potenzialità.

## *2. L'olivocoltura tra qualità e sostenibilità*

L'alta qualità e la tipicità del prodotto olio, unitamente alla sua capacità di richiamare flussi turistici sul territorio di produzione possono concorrere a uno sviluppo rurale mirato alla dimensione territoriale oltre che settoriale, cioè incentrato sulle relazioni sinergiche tra aziende e tra diverse attività (turismo, artigianato, commercio ecc.). Questo quadro di connessione risponde sostanzialmente a necessità socioeconomiche, che vanno dalla rigenerazione delle attività tradizionali alla diversificazione dei redditi e alla sicurezza alimentare, dal mantenimento dell'identità culturale all'erogazione di servizi ricreativi, didattici, terapeutici (Dettori ed Altri, 2012). Il perseguimento di tali obiettivi deve tenere conto, inoltre, delle esigenze di protezione e conservazione delle risorse, cioè evitare l'alterazione del paesaggio olivicolo in nome di riassetti e ammodernamenti produttivi che implicino stravolgimento e/o erosione culturale, ma allo stesso tempo evolvere verso sistemi e gestioni che valorizzino, ad esempio, anche gli uliveti monumentali per ridefinire e proporre un'immagine del territorio basata sulla qualità dell'ambiente (Santilli - Perri, 2022).

Quanto affermato, in altri termini, è coerente con i principi della sostenibilità del settore olivicolo, paradigma essenzialmente rivolto alla difesa dell'ambiente, attraverso la minimizzazione dell'uso di pesticidi e fertilizzanti chimici, il mantenimento della biodiversità e l'utilizzo oculato delle risorse idriche; al rispetto delle regole dell'economia circolare e, quindi, riduzione degli sprechi, riuso e riciclaggio dei materiali lungo tutta la filiera produttiva; ma si riferisce, altresì, all'urgenza di garantire condizioni di la-

voro dignitose, nonché qualità e sicurezza del prodotto, oltre che fornire informazioni trasparenti ai consumatori. Più specificamente, la questione riguarda il crescente ricorso all'agricoltura biologica e alle produzioni certificate per migliorare lo stato di salute del suolo e incrementare la resilienza delle colture; l'impiego di tecniche di coltivazione conservativa (rotazione, sovescio, uso di coperture vegetali), al fine di aumentare la fertilità del terreno e prevenire l'erosione; l'utilizzo di energie rinnovabili nella fasi di produzione e trasformazione dell'olio, per ridurre l'impronta di carbonio; così come la tutela e il ripristino degli habitat naturali attorno agli oliveti, in modo da preservare la biodiversità e gli ecosistemi locali; infine, la realizzazione di sistemi per il riciclaggio dei sottoprodotti della lavorazione dell'olio, ad esempio le sanse, per produrre biogas o fertilizzanti organici (Barbera ed Altri, 2005).

Sebbene l'Italia mantenga il primato mondiale come paese importatore e consumatore di olio e si collochi al secondo posto per esportazioni e produzione<sup>1</sup>, tra il 2010 e il 2022 la produzione di olive è scesa del 32% (tab. 1), la superficie totale e il numero di aziende agricole nel settore si sono ridotte rispettivamente del 6% e del 30% (tabb. 2 e 3)<sup>2</sup>, a causa, tra l'altro, dell'aumento dei costi dell'energia, che si riflettono sui frantoi, delle avverse condizioni climatiche, come la siccità che per di più mette in stress idrico gli oliveti, della frammentazione del tessuto produttivo spesso orientato all'autoconsumo e della scarsa percezione del valore del prodotto da parte dei consumatori. A ciò vanno aggiunti l'erosione dei suoli collinari, gli alti costi di produzione, il limitato ricambio generazionale e quindi l'età avanzata dei conduttori, l'inadeguata formazione e lo scarso aggiornamento professionale, che mettono a rischio la sopravvivenza delle coltivazioni, soprattutto nelle aree marginali<sup>3</sup>.

1. In particolare, la produzione è concentrata in Spagna e Italia, che coprono in media rispettivamente il 45% e il 15% di quella mondiale.

2. Per il numero di aziende, l'ultimo dato disponibile risale al 2020.

3. In Italia i tipi di coltivazioni sono classificati in tre categorie: 1. oliveti tradizionali, per lo più composti da alberi di vecchia data; 2. piantagioni tradizionali, ma gestite secondo metodi più moderni; 3. piantagioni intensive, più recenti e caratterizzate dal ricorso alla meccanizzazione e ad altre tecnologie, tra cui l'irrigazione (Grimaldi ed Altri, 2006).

**Tab. 1 - Produzione totale di olive da tavola e da olio - quintali**

	2010	2020	2022
Piemonte	852,00	1.504,00	1.128,00
Valle d'Aosta			40,00
Liguria	326.080,00	280.740,00	278.600,00
Lombardia	60.651,00	57.629,00	60.676,00
Trentino AA	16.333,00	28.000,00	29.750,00
Veneto	76.091,00	258.786,00	146.636,00
Friuli VG	2.315,00	10.424,00	12.476,00
Emilia Romagna	56.569,00	92.111,00	86.941,00
Toscana	1.361.996,00	1.174.899,00	690.122,00
Umbria	624.167,00	803.850,00	500.010,00
Marche	308.389,00	253.830,00	290.150,00
Lazio	1.968.830,00	1.202.075,00	1.252.175,00
Abruzzo	1.324.500,00	1.277.820,00	1.124.620,00
Molise	411.926,00	576.500,00	539.400,00
<b>Campania</b>	<b>2.542.273,00</b>	<b>1.455.904,00</b>	<b>1.326.573,00</b>
Puglia	11.425.400,00	5.952.000,00	5.709.600,00
Basilicata	370.625,00	307.357,00	307.357,00
Calabria	9.239.374,00	5.143.133,00	5.901.554,00
Sicilia	3.451.314,00	3.738.506,00	3.902.486,00
Sardegna	473.907,00	426.240,00	452.955,00
<b>Italia</b>	<b>34.041.592,00</b>	<b>23.041.308,00</b>	<b>22.613.249,00</b>

Fonte: Ns. elaborazione su dati Istat

Infatti, il mercato dell'olio d'oliva è complesso, considerato che i sistemi di produzione variano anche all'interno di uno stesso paese, la produzione è a scala regionale, ma lo scambio è a livello mondiale e la trasformazione del prodotto è geograficamente dispersa, mentre l'imbottigliamento risulta concentrato. Inoltre, l'olivicoltura è spesso praticata con un approccio tradizionale poco meccanizzato e i modelli di consumo ri-

Tab. 2 - Superfici con olivo per regione (in ha)

	2010		2020		2022	
	Superficie totale	Superficie in produzione	Superficie totale	Superficie in produzione	Superficie totale	Superficie in produzione
Piemonte	100,00	31,00	128,00	108,00	158,00	139,00
Valle d'Aosta	–	–			1,00	1,00
Liguria	16.760,00	15.680,00	16.845,00	16.445,00	17.040,00	16.690,00
Lombardia	2.424,00	2.333,00	2.398,00	2.325,00	2.353,00	2.226,00
Trentino AA	386,00	380,00	392,00	387,00	390,00	350,00
Veneto	5.001,00	4.580,00	5.338,00	5.150,00	4.975,00	4.888,00
Friuli VG	108,00	95,00	259,00	234,00	337,00	298,00
Emilia Romagna	3.725,00	2.600,00	4.216,00	3.710,00	4.366,00	3.891,00
Toscana	96.772,00	92.756,00	89.006,00	82.232,00	85.401,00	76.255,00
Umbria	27.847,00	27.808,00	27.101,00	25.401,00	27.191,00	25.501,00
Marche	9.461,00	9.352,00	9.606,00	9.454,00	9.532,00	9.476,00
Lazio	88.526,00	85.611,00	82.932,00	81.024,00	82.987,00	80.979,00
Abruzzo	44.086,00	43.496,00	41.895,00	41.634,00	41.900,00	41.600,00
Molise	19.974,00	19.949,00	14.335,00	14.335,00	14.325,00	14.325,00
<b>Campania</b>	<b>73.388,00</b>	<b>71.581,00</b>	<b>75.713,00</b>	<b>75.166,00</b>	<b>70.040,00</b>	<b>60.818,00</b>
Puglia	377.550,00	374.450,00	384.240,00	382.440,00	348.950,00	333.100,00
Basilicata	31.351,00	29.004,00	26.086,00	25.985,00	26.086,00	25.985,00
Calabria	194.394,00	192.376,00	184.623,00	183.739,00	184.682,00	183.738,00
Sicilia	162.767,00	159.442,00	160.691,00	156.921,00	161.137,00	157.456,00
Sardegna	36.074,00	35.418,00	40.604,00	38.804,00	40.605,00	38.804,00
<b>Italia</b>	<b>1.190.694,00</b>	<b>1.166.942,00</b>	<b>1.166.408,00</b>	<b>1.111.979,00</b>	<b>1.122.456,00</b>	<b>1.076.520,00</b>

Fonte: Elaborazione dell'A. su dati della CCIA di Genova, 2024

sultano alquanto differenziati in riferimento alla quantità e alla qualità. Accanto agli aspetti critici vanno sottolineati elementi positivi legati al supporto che tale coltivazione può dare alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari, sostenendo l'attuazione di percorsi di intensificazione so-

**Tab. 3 - Le aziende agricole con olivo nel settore olivicolo**

	2010	2020	Var. % 10/20
Piemonte	641,00	1.939,00	202,00
Valle d'Aosta	47,00	71,00	51,00
Liguria	13.532,00	7.566,00	-44,00
Lombardia	1.939,00	4.506,00	132,00
Trentino AA	845,00	1.056,00	25,00
Veneto	6.389,00	6.114,00	-4,00
Friuli VG	517,00	832,00	61,00
Emilia Romagna	4.922,00	5.515,00	12,00
Toscana	50.328,00	36.762,00	-27,00
Umbria	24.195,00	17.575,00	-27,00
Marche	25.458,00	18.274,00	-28,00
Lazio	67.996,00	41.790,00	-39,00
Abruzzo	54.852,00	34.551,00	-37,00
Molise	19.262,00	13.355,00	-31,00
<b>Campania</b>	<b>85.870,00</b>	<b>51.600,00</b>	<b>-40,00</b>
Puglia	227.245,00	161.009,00	-29,00
Basilicata	32.753,00	20.340,00	-38,00
Calabria	113.907,00	79.965,00	-30,00
Sicilia	140.164,00	96.176,00	-31,00
Sardegna	3.121,00	20.382,00	-35,00
<b>Italia</b>	<b>902.074,00</b>	<b>619.378,00</b>	<b>-31,00</b>

Fonte: Ns. elaborazione su dati Istat

stenibile e di salvaguardia del paesaggio locale (Zerbi, 2013), mediante lo stoccaggio del carbonio nel terreno, il ridotto fabbisogno idrico, l'assorbimento di CO<sub>2</sub> dall'atmosfera, l'adattamento a ecosistemi molto diversi tra loro e la natura multifunzionale (Romanelli, 2015).

In questo quadro, la notevole biodiversità e l'elevato numero di varietà hanno permesso la realizzazione di produzioni biologiche e DOP, che, sia pure in crescita, rappresentano ancora una parte marginale per il set-

tore olivicolo. Al 2022, con 42 DOP (Denominazione di Origine Protetta) e 7 IGP (Indicazione Geografica Protetta), la quantità di olio certificato in Italia costituiva circa il 4% della produzione totale (DOP IGP 134.950 q)<sup>4</sup>, con 23.270 produttori per una superficie olivicola di circa 190.000 ha [06].

La regione Campania presenta un patrimonio varietale molto ricco e diversificato, con varietà autoctone di pregio e forte tipicità presenti in tutte le principali aree olivicole: Ogliarola, Nostrale e Ravece, in provincia di Avellino; Raccioppella, Sprina, Ortice e Ortolana, in provincia di Benevento; Olivo da olio in Penisola Sorrentina; Asprinia, Tonda, Caiazzona e Sessana in provincia di Caserta; Rotondella, Carpellesse, Nostrale, Biancolilla e Pisciotana, in provincia di Salerno. Inoltre, la Campania presenta anche cinque oli extravergini di oliva con certificazione DOP riconosciuta dalla Comunità Europea: *Cilento*; *Colline Salernitane*; *Penisola Sorrentina*; *Irpinia - Colline dell'Ufita*; *Terre Aurunche*<sup>5</sup>. In aggiunta, con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del Regolamento di Esecuzione 2023/666 del 16 marzo 2023 della Commissione Europea, il 23 marzo 2023, si è concluso l'iter per il riconoscimento dell'Igp Olio Campania [08].

In Campania, l'olivocoltura vanta un'antica tradizione<sup>6</sup>, presenta un quadro diversificato e si colloca al sesto posto tra le regioni olivicole italiane, ma la superficie a olivo dal 2010 al 2022 si è ridotta del 5%, così come la produzione di olio d'oliva è diminuita del 53%, contro il 32% re-

4. I volumi sono concentrati su pochi prodotti: le prime due IG rappresentano il 51% della produzione totale e con le prime quattro (Terra di Bari, Toscano, Sicilia, Val di Mazara) si arriva al 74% [07].

5. In particolare, l'area di produzione dell'olio "Irpinia Colline dell'Ufita DOP" comprende 38 comuni dell'Ufita e della Media Valle del Calore, in provincia di Avellino, che sono: Ariano Irpino, Bonito, Carife, Casalbore, Castel Baronia, Castelfranci, Flumeri, Fontanarosa, Frigento, Gesualdo, Greci, Grottaminarda, Lapio, Luogosano, Melito Irpino, Mirabella Eclano, Montaguto, Montecalvo Irpino, Montefusco, Montemiletto, Paternopoli, Pietradefusi, San Nicola Baronia, San Sossio Baronia, Sant'Angelo all'Esca, Savignano Irpino, Scampitella, Sturno, Taurasi, Torella dei Lombardi, Torre le Nocelle, Trevico, Vallata, Vallesaccarda, Venticano, Villamaina, Villanova del Battista, Zungoli.

6. La diffusione della coltivazione dell'olivo risale ai Fenici e ai Greci, che utilizzavano il prodotto non solo per scopi alimentari, ma anche per ricavarne unguenti e profumi, nonché per bruciarlo in onore delle divinità.

gistrato per l'Italia. Va precisato, altresì, che la produzione delle olive da olio della regione rappresenta quasi la totalità, perché quella delle olive da tavola ne costituisce appena lo 0,4%<sup>7</sup>. Con riferimento ai dati provinciali, si registrano, ad eccezione di Avellino, decrementi percentuali di produzione di olio di 70 a Salerno, 55 a Napoli, 63 a Benevento e 50 a Caserta, mentre per la produzione di olive da tavola la riduzione riguarda tutte le province<sup>8</sup> [05].

Tra gli elementi di prestigio e forza dell'olivicoltura in Campania spiccano i 5 oli DOP e 1 IGP, realizzati su una superficie di 2.106, 69 ha (3,5% della SAU olivicola) da oltre 400 operatori, distribuiti tra: 62 comuni a sud della provincia di Salerno, all'interno del Parco Nazionale del Cilento ("Cilento DOP"); 86 Comuni nella provincia di Salerno tra la Costiera Amalfitana e la Valle del Calore, compresi i monti Picentini, gli Alburni, l'alto ed il medio Sele, le colline del fiume Tanagro fino al Vallo di Diano ("Colline Salernitane DOP"); 13 Comuni della Penisola Sorrentina, dei Monti Lattari e l'isola di Capri ("Penisola Sorrentina DOP"); 18 Comuni a Nord della provincia di Caserta ("Terre Aurunche DOP"); e, infine, 38 Comuni in provincia di Avellino e della Media Valle del Calore ("Irpinia-Colline dell'Ufita DOP").

In Irpinia, l'olivicoltura è sempre stata un'attività diffusa, ma si è consolidata in età angioina per raggiungere punte di eccellenza verso il XIX secolo. La principale varietà di oliva utilizzata per la lavorazione dell'olio extravergine "Irpinia-Colline dell'Ufita DOP" è la Ravece, detta anche Curatone e Olivona, capace di resistere alle gelate e alle nevicate invernali e primaverili e considerata simbolo dello sviluppo dell'olivicoltura di qualità dell'Irpinia (Di Vaio, 2021). L'alto valore del prodotto è, inoltre, assicurato dall'impiego di virtuose tecniche di gestione degli oliveti<sup>9</sup> e, come stabilito

7. La produzione di olive da tavola è presente prevalentemente nelle province di Caserta (131 ha di superficie destinata alla coltivazione e 2.489 q di olive prodotte) e di Salerno (120 ha e 2.200 q).

8. Le variazioni della produzione di olive sono state di -48% a Napoli, -54% a Benevento, -32% a Caserta, -57% a Salerno e -4% ad Avellino.

9. La raccolta delle olive deve essere effettuata manualmente o meccanicamente, evitando la permanenza della drupa nel terreno e l'impiego di prodotti chimici; la conservazione

nel disciplinare dell'olio "Irpinia Colline dell'Ufita DOP", esso deve derivare per almeno il 60% dalla varietà Ravece (la percentuale può arrivare a 85 per i nuovi impianti), mentre per la parte rimanente possono essere impiegate sia altre varietà locali (Ogliarola, Marinese, Olivella, Ruveia, Vigna della Corte) sia varietà non autoctone (Leccino, Frantorio), ma nel limite di utilizzo del 10%. Le tecniche di coltivazione degli oliveti sono quelle tradizionali delle Colline dell'Ufita: raccolta rigorosamente a mano, spremitura entro due giorni per non disperdere o modificare le loro qualità organolettiche. La superficie destinata alla produzione di questo DOP è approssimativamente di 3.500 ha, con una produzione di circa 25.000 q all'anno, cioè i due terzi della produzione dell'intera provincia (Amodio, 2018).

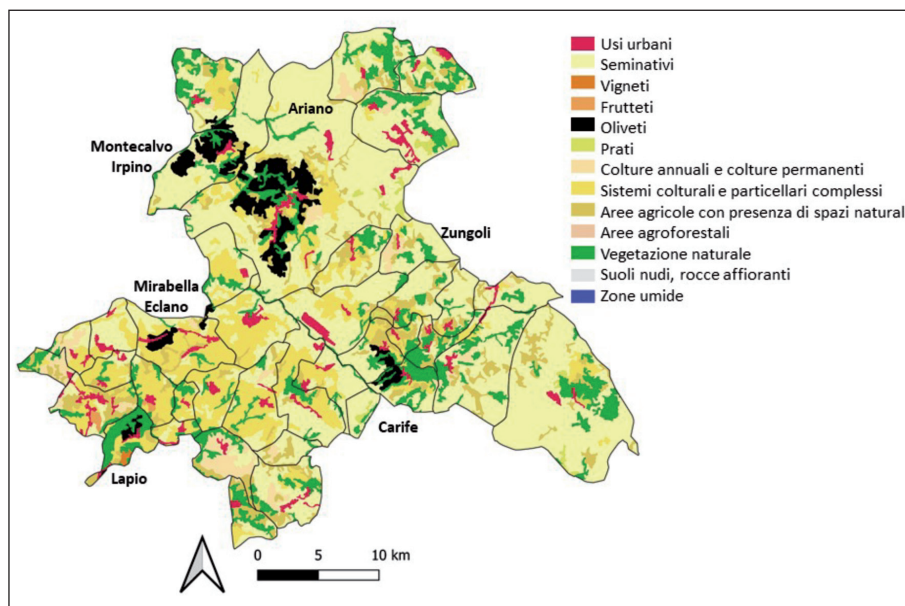
Sebbene l'offerta di questo olio presenti standard di qualità elevati, il comparto risulta frammentato e composto in prevalenza da una maggioranza di aziende di piccola dimensione [09], con limitate economie di scala e ridotta capacità di investimento in innovazione tecnologica, attività di marketing e processi di internazionalizzazione. Tale struttura può generare un divario tra il potenziale del prodotto e la capacità di valorizzarlo, con alcune criticità legate al coordinamento, alla standardizzazione, al potere contrattuale e alla visibilità del marchio, che possono influire sulla competitività complessiva.

### *3. La valorizzazione del patrimonio olivicolo per un turismo sostenibile*

L'intero territorio di produzione dell'olio "Irpinia Colline dell'Ufita DOP" si estende su 942,73 kmq (fig. 1), di cui 486,71 di montagna, con un numero di abitanti pari a poco più di 100.000. Sebbene lo sviluppo dell'area sia stato compromesso dalla scarsa accessibilità al territorio, sia

deve avvenire presso il frantoio in locali aerati; l'imbottigliamento va realizzato nella zona di produzione, per garantire l'origine e il controllo del prodotto e delle caratteristiche chimiche e organolettiche, che potrebbero alterarsi in seguito al cambiamento delle condizioni climatiche del luogo o durante il trasporto del prodotto.

Fig. 1 - Copertura del suolo per i 38 comuni irpini di produzione dell'olio "Irpinia-Colline dell'Ufita"



Fonte: Istituto di Metodologie per l'Analisi Ambientale, Consiglio Nazionale delle Ricerche (IMAA - CNR)

dall'esterno che tra i vari comuni, la posizione baricentrica tra il Tirreno e l'Adriatico, tra aree interne e costiere, può costituire un punto di forza, soprattutto con il completamento delle opere infrastrutturali in via di costruzione e la realizzazione di quelle approvate e/o solo progettate<sup>10</sup> [10].

La negativa tendenza demografica, riguardante peraltro l'intera provincia, impone l'assunzione di chiare, precise e comuni scelte, in grado di generare uno sviluppo continuo ed efficace. Ciò implica la messa a sistema e la valorizzazione congiunta delle numerose risorse naturali, culturali, alcune delle quali di grande valore, in una prospettiva di lungo periodo, cioè in grado di resistere alla competizione globale. Infatti, l'area di riferimento

10. Ad esempio la Strada a scorrimento veloce Lioni - Grottaminarda, la realizzazione della Stazione Hirpinia sulla tratta ferroviaria AV/Ac Napoli Bari.

offre numerose attrazioni turistiche, che vanno da importanti insediamenti archeologici (ad esempio, *Aeclanum*) ai borghi e centri storici caratteristici e ben conservati, alcuni dei quali inseriti nei “Borghi più belli d’Italia” (Savignano Irpino e Zungoli), dai siti di interesse naturalistico e ambientale di pregio (come il Regio Tratturo) alle eccellenze enogastronomiche di valore non solo locale.

Le produzioni agroalimentari di qualità rappresentano, in effetti, significative risorse per l’area di riferimento, dove, oltre all’olio d’oliva, si rileva la presenza di numerosi prodotti (ad esempio il vino DOCG Taurasi, il caciocavallo podolico, il caciocavallo di grotta, l’aglio dell’Ufita, il broccolo di Paternopoli, la castagna e la patata di Trevico, il pomodorino dell’Ufita e di Montecalvo), che testimoniamo l’importanza socioeconomica dell’attività agricola e l’impegno delle imprese per creare e/o rafforzare le condizioni di uno sviluppo integrato, in grado di consentire all’area di valorizzare le proprie potenzialità e di rispondere ai continui cambiamenti attraverso un efficace sistema competitivo locale. Molte aziende, nonostante le limitate dimensioni e la conduzione familiare, attraverso la promozione del prodotto tipico tentano di conservare e trasmettere i valori e le tradizioni culturali e di migliorare l’immagine dell’impresa e del territorio, incentivando la visita ai luoghi di quella domanda turistica sempre più consapevole e alla ricerca di esperienze autentiche legate al modo rurale e allo stile di vita dei centri minori (Pollice, 2012).

Non mancano, pertanto, imprese di eccellenza e iniziative innovative nei campi della ristorazione, del turismo e del tempo libero capaci di rispondere e attirare visitatori esigenti ed orientati alla qualità e sostenibilità. Da alcuni anni, tali territori considerati minori sono impegnati a superare la condizione di marginalità anche attraverso la costruzione di un modello di ospitalità fondato sull’integrazione tra strutture e paesaggio (B&B, agriturismi, alberghi diffusi ecc.) e sull’offerta di attività ed eventi culturali mirati alla scoperta delle tradizioni e delle identità locali (Calzati, 2013; Russo Krauss, 2024). Dunque, si aprono varie opportunità di sviluppo endogeno, che integrano settori economici e sociali diversi (agricoltura, tu-

rismo, cultura), propongono nuove esperienze di fruizione ecocompatibile del territorio con il coinvolgimento e la cooperazione della comunità locale (Sorrentini, 2020).

In questo scenario, l'oleoturismo, oltre ad essere legato a una coltura a basso impatto ambientale (scarsa meccanizzazione, bassa intensità degli impianti, uso limitato di prodotti chimici), offre la possibilità al turista di godere di paesaggi unici (ad esempio, per assetto delle coltivazioni, architettura dei manufatti) e, al contempo, di assistere e/o partecipare al processo di produzione e, anche abbinando altri alimenti, a iniziative di carattere didattico e ricreativo [11]. Si tratta di un'attività agricola connessa sempre più diffusa, al punto da essere stata sottoposta a regolamentazione normativa con la Legge n. 160 del 2019<sup>11</sup> – che estende al turismo dell'olio le disposizioni previste dalla Legge n. 205 del 2017<sup>12</sup> per l'enoturismo – e il Decreto del 2022<sup>13</sup> con il quale sono stabiliti i requisiti e gli standard minimi di qualità<sup>14</sup> per considerare l'oleoturismo quale attività connessa all'agricoltura. In particolare, rientrano nella definizione di oleoturismo tutte le attività di conoscenza dell'olio d'oliva e che consistono in visite nei luoghi di coltura, di produzione o di esposizione degli strumenti utili alla col-

11. Legge 27 dicembre 2019, n. 160 «Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2020 e bilancio pluriennale per il triennio 2020-2022».

12. Legge 27 dicembre 2017, n. 205 «Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020».

13. Decreto 26 gennaio 2022 «Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l'esercizio dell'attività oleoturistica».

14. Tra i requisiti e gli standard minimi previsti dalla Legge Regionale 15 maggio 2024, n. 9. «Disciplina dell'oleoturismo in Regione Campania» rientrano: apertura settimanale di almeno 3 giorni; utilizzazione di strumenti di prenotazione delle visite preferibilmente informatici; sito o pagina web aziendale; indicazione dei parcheggi in azienda o nelle vicinanze; materiale informativo sull'azienda e sui suoi prodotti stampato in almeno due lingue compreso l'italiano; esposizione e distribuzione del materiale informativo sulla zona di produzione, sulle produzioni tipiche e locali, con particolare riferimento alle produzioni con denominazione di origine sia in ambito oleicolo che agroalimentare; ambienti dedicati e adeguatamente attrezzati per l'accoglienza e per la tipologia di attività in concreto svolta dall'operatore oleoturistico; misure per facilitare l'accesso e la fruizione del percorso alle persone diversamente abili. Inoltre, è necessaria la presenza di personale adde-  
dotto competente e dotato di un'adeguata formazione, con particolare riguardo alle caratteristiche del territorio e l'attività di degustazione con l'abbinamento ai prodotti olivicoli deve avvenire con prodotti provenienti dall'azienda o da altre imprese del territorio e preparati dall'azienda stessa.

tivazione dell'olivo; degustazioni e commercializzazione delle produzioni aziendali dell'olio d'oliva, anche in abbinamento ad alimenti (purché non si tratti di ristorazione in quanto soggetta ad altra disciplina); iniziative a carattere didattico e ricreativo nell'ambito dei luoghi di coltivazione e produzione.

È evidente che attraverso i provvedimenti legislativi si è voluto incentivare questa tipologia turistica esattamente come è stato fatto per il turismo del vino; ma, va ricordato che già nel 1994, su ispirazione dell'Associazione delle Città del Vino (1987), era stata creata l'Associazione Nazionale Città dell'Olio<sup>15</sup>, con lo scopo di divulgare la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva di qualità, di tutelare e promuovere l'ambiente ed il paesaggio olivicolo, di trasmettere la storia dell'olivicultura e di garantire il consumatore attraverso la valorizzazione delle denominazioni di origine, di organizzare eventi e attuare strategie di comunicazione e di marketing. In linea con questa impostazione che attribuisce maggiore attenzione all'olio e in seguito all'espansione del turismo enogastronomico<sup>16</sup>, nel 2021, è nato il Movimento Turismo dell'Olio Nazionale (MTO), per promuovere l'olivicultura italiana, valorizzandone i territori e la straordinaria cultura e il Consorzio turismo dell'olio EVO, DOP, IGP e BIO, che si impegna a lavorare con produttori di qualità nella loro formazione nell'ambito dell'accoglienza, nonché con ristoratori e consumatori, al fine di migliorare la reputazione del prodotto certificato attraverso specifiche azioni dedicate al settore turistico e di trasformare in valore la cooperazione tra gli attori locali e lo sviluppo dei territori a tutti i livelli.

15. L'Associazione riunisce i Comuni, le Province, le Camere di Commercio, i GAL (Gruppi di Azione Locale) – ai sensi della normativa europea – e i Parchi siti in territori nei quali si producono oli che documentino adeguata tradizione olivicola connessa a valori di carattere ambientale, storico, culturale e/o rientranti in una Denominazione di Origine.

16. Nel 2023 la totalità dei turisti italiani ha dichiarato di aver svolto almeno un'esperienza enogastronomica nel corso dei viaggi dei tre anni precedenti e il 67% di averne effettuate almeno cinque: si tratta di un dato in crescita rispetto al 2021 (quando era al 42%) e in recupero sul 2019 (86%). Nel tempo sono anche aumentati i turisti che hanno come primaria motivazione di viaggio l'enogastronomia (ossia i turisti enogastronomici), i quali sono passati dal 21% del 2016 al 58% del 2023 [12].

I benefici conseguenti sono socioeconomici, ambientali e sicuramente non limitati al comparto turistico: incremento del reddito degli agricoltori; valorizzazione delle aziende di piccole dimensioni e più propense al cambiamento; inclusione delle categorie svantaggiate, maggiore consapevolezza del valore nutrizionale dell'olio e della sana alimentazione; sostegno all'attività agricola, tutela e conservazione della biodiversità; percezione del valore del territorio da parte dei residenti, oltre alla destagionalizzazione dei flussi, promozione dello *slow tourism*, diversificazione dell'offerta (Garibaldi, 2024). Le attività e le proposte che ricevono attenzione da parte dei visitatori curiosi e appassionati di olio sono sempre più numerose e diversificate, come ad esempio, "Evo tour", "Trek-Oil", "Eventi musicali in Frantoio", "EVOIL-Class", "Olivum Experience", che testimoniano l'importanza per i turisti di vivere esperienze autentiche, anche privilegiando quelle aziende che dimostrano di essere impegnate nella sostenibilità (politiche etiche, promozione del benessere sociale, tutela dell'ambiente).

Come è stato sottolineato nel Primo Rapporto sul turismo dell'olio (Garibaldi, 2024), la crescente attrattività di alcuni luoghi (frantoi ipogei, uliveti storici, dimore antiche ecc.) che soddisfano il desiderio dei turisti sia di conoscere la cultura produttiva dei territori sia di scoperta dell'olio spiega anche il successo delle oleoteche e di quei ristoranti che offrono particolari servizi, tra cui la creazione di menu specifici o i percorsi di degustazione realizzati in collaborazione con esercizi commerciali o aziende olearie. Al fine di promuovere e segnalare le buone pratiche di esperienze, nel 2020, l'Associazione Nazionale Città dell'olio ha istituito il "Concorso Nazionale Turismo dell'olio"<sup>17</sup> e ha creato un portale *on line* dedicato all'oleoturismo, che offre la possibilità di acquistare pacchetti dalle aziende individuate come casi di eccellenza turistica ed esperienziale.

Nell'area irpina, in particolare, si riscontra un certo interesse e propensione a partecipare agli eventi legati all'olio e tra quelli più richiesti

17. Il Concorso si articola in sei categorie: 1) Aziende olivicole, frantoi e cooperative olivicole; 2) Ristoranti, osterie, pizzerie; 3) Musei dell'olio; 4) Oleoteche; 5) Strutture ricettive; 6) Agenzie di viaggio, tour operator e altri Enti.

rientrano: “Un pranzo gourmet tra gli olivi” ad Ariano Irpino, cioè un percorso di degustazione offerto da un ristorante ubicato in un vecchio frantoio del XVIII secolo ormai dismesso; poi, “Olio Ravece: un’avventura unica dalla terra alla tavola” nel comune di Flumeri, che prevede un percorso completo per rendere il visitatore parte integrante della produzione, attraverso la visita alle aree di produzione, la presentazione e la degustazione dell’olio e di vari piatti a seconda della stagionalità presso l’agriturismo e, infine, trattamenti di benessere a base di olio Ravece.

Anche a Lapio l’iniziativa “Passeggiando tra gli olivi” fa vivere agli ospiti la possibilità di partecipare alla raccolta delle olive e alla trasformazione delle stesse in olio; infatti, dopo l’accoglienza in azienda, si procede alla raccolta delle olive nell’uliveto che circonda il casolare, segue poi il pranzo in Fattoria dove si possono degustare i prodotti tipici stagionali della cucina irpina, in abbinamento con l’olio di produzione aziendale e successivamente si prosegue con la visita in frantoio. Va annoverata la “Rassegna Irpina degli Oli”, giunta all’undicesima edizione, nella cornice del Museo Archeologico di Carife; si tratta di un evento mirato a valorizzare il patrimonio olivicolo e la peculiarità delle varietà autoctone, promuovendone la conoscenza attraverso un viaggio gustativo guidato da esperti del settore [13]. Infine, a Zungoli la Pro Loco, già da due anni, organizza la manifestazione “ZungOli”, un percorso estetico-formativo rivolto a coloro che vogliono conoscere ed apprezzare l’olio di alta qualità prodotto nel territorio irpino.

#### *4. L’oleoturismo come prodotto turistico-culturale a Zungoli*

L’analisi si è concentrata sul caso di Zungoli<sup>18</sup>, un comune posto nell’alta valla dell’Ufita, che, con una popolazione di 936 residenti, un’estensione di 19,13 kmq e un’orografia collinare con quote comprese tra i 950

18. Il toponimo Zungoli pare derivi da “Curulo” o “Juncolo”, il nome del capitano normanno che, con una visione strategica, edificò la rocca di Castrum Curuli, la quale è ancora oggi simbolicamente rappresentata nello stemma comunale con le due C intrecciate.

e i 449 m, rappresenta un tipico borgo irpino ben conservato<sup>19</sup> e caratterizzato da un paesaggio vario e articolato. Il territorio, infatti, è segnato dalla presenza di emergenze naturalistiche, tra cui spiccano una vasta e lussureggiante superficie boschiva nella zona del Monte Molara (con boschi di querce, roverelle e olmi, nonché una modesta presenza di castagni locali caratterizzati da frutti piccoli e molto zuccherini) – parte della quale rientra nella Zona di Protezione Speciale (ZPS) “Boschi e sorgenti della Baronia”<sup>20</sup> [14].

Altrettanto pregevole è il patrimonio storico-artistico-architettonico di buona qualità, contraddistinto da chiese (San Francesco dei frati minori, San Nicola, ex convento S. Maria di Costantinopoli, Chiesa di Santa Maria Assunta), da palazzi costruiti e/o appartenuti alle famiglie più rappresentative (Annicchiaro Petruzzelli, Iannuzzi, Caputi), dal Castello feudale, costruito nel XI secolo per proteggere il territorio circostante da attacchi esterni e successivamente trasformato in residenza nobiliare delle famiglie Susanna e de Miranda (foto 1), e dalle Grotte del centro storico (Nisco, Biavello, Forno Filomena Isidoro) scavate nel banco di arenaria e articolate su tre livelli collegati da gradinate, che sono state utilizzate nel tempo prima come ricoveri, poi per conservare le derrate alimentari per l'esercito, poi come stalle o abitazioni e oggi molte di esse sono adibite alla conservazione dei vini o alla stagionatura dei formaggi.

Il nucleo antico, arroccato intorno al castello medioevale, è costituito da abitazioni basse e stradine acciottolate, mentre lungo la strada provinciale si è sviluppato un abitato moderno. Il centro, inoltre, è inserito nel circuito dei “Borghi più belli d'Italia” e si fregia della Bandiera Arancione, cioè il riconoscimento conferito dal Touring Club Italiano a quelle località dell'entroterra che si distinguono per la qualità dell'accoglienza turistica, la sostenibilità ambientale e la cura del patrimonio artistico e culturale. A

19. L'ultimo terremoto del 1980 ha solo lievemente danneggiato il centro storico, grazie alla particolare conformazione geologica (Castiello, 2020).

20. La ZPS si estende complessivamente per 3.478 ha e circa 390 ricadono nel territorio di Zungoli.

Foto 1 – Il castello normanno di Zungoli



Fonte: Foto delle autrici (2024)

giustificare ulteriormente l'interesse per Zungoli è il passaggio del Regio Tratturo Pescasseroli-Candela (dal 2019 fa parte del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Unesco) e della Via Herculea: il primo è un tracciato millenario, che va dall'Abruzzo alla Puglia, utilizzato in passato per condurre le greggi all'alpeggio e attualmente trasformato in percorso per escursioni di tipo culturale, sportivo e ambientale<sup>21</sup>, l'altra, un'antica strada romana

21. Il percorso del Tratturo interessa cinque comuni dell'area di riferimento: Ariano Irpino, Casalbore, Montecalvo, Villanova e Zungoli. In particolare, Casalbore veniva frequentemente utilizzata come tappa naturale di sosta, per via della presenza di ampie aree dedicate al riposo e di varie fonti d'acqua. Nel 2006, la Comunità Montana dell'Ufita ha delimitato il tratto irpino del Tratturo con picchetti di legno e lo ha alberato, rendendolo un percorso ideale per *trekking* ed escursioni a cavallo.

lungo la dorsale appenninica che collegava il Sannio alla Lucania, ha avuto un ruolo fondamentale nello sviluppo socioeconomico del borgo, mettendo in collegamento nella zona di Zungoli la via Traiana e la via Appia [15].

A tali ricchezze vanno aggiunti i tradizionali prodotti tipici agroalimentari anche espressione di tecniche e sistemazioni colturali tradizionali "tipiche" esse stesse. Infatti, il territorio zungolese ha sempre basato la propria economia prevalentemente sull'agricoltura, sebbene allo stato attuale quest'attività non esercita più tanto la sua forza attrattiva<sup>22</sup>, anche a seguito dello spopolamento che da tempo segna l'area. L'uso agricolo è caratterizzato da estese aree ad oliveto che cingono i centri abitati, in posizione sommitale, talvolta intercalati a prati permanenti e seminativi, mentre sui versanti bassi è prevalente il seminativo [16]. Il comparto olivicolo come quello casereo realizzano prodotti di pregio, ad esempio, il caciocavallo zungolese, il caciocavallo podolico, il caciomolara zungolese e l'Olio extravergine di oliva "Irpinia-Colline dell'Ufita" (DOP), che rappresentano il risultato di una perfetta armonia tra ambiente, varietà, capacità imprenditoriale e tradizione. A Zungoli, infatti, si riscontra una diffusa presenza di oliveti (foto 2)<sup>23</sup> (Ravece, Ogliarola, Olivella, Marinese) e le iniziative intraprese sono in perfetta sintonia con le finalità e i compiti che le Città dell'Olio si prefiggono, tra cui la tutela e la promozione dell'ambiente e del paesaggio olivicolo, la diffusione della storia e della cultura espresse dall'olivo e dall'olio, la valorizzazione delle aree ad alta vocazione olivicola e degli ambienti storici dell'olio.

In questa direzione, Zungoli può trarre vantaggi dall'oleoturismo, che, dalle aziende di produzione si estende all'intero territorio, attraverso nuove e variegiate proposte; basti pensare al caso dell'azienda San Comaio, una tra le più note dell'area, situata al confluire di tre piccoli comuni, Zun-

22. Le aziende agricole al 2020 sono 157 con una Superficie Agricola Utilizzata (SAU) di 1.128,37 ha.

23. Al 2020 la superficie destinata alla produzione di olive da olio è di 20,85 ha e il numero di unità agricole con superficie agricola utilizzata è pari a 65 [17].

goli, Villanova del Battista e Flumeri<sup>24</sup>. Tale azienda, oltre ad aver vinto numerosi e prestigiosi premi (Ercole Olivario, Premio Legambiente, Orciolo d'Oro, Premio Biol, Zurigo Oil Award ed altri) e a distinguersi per non seguire la politica della produzione di massa<sup>25</sup> (foto 3), offre interessanti esperienze integrate in un unico percorso che comprende la visita all'oliveto e al frantoio, la degustazione dei prodotti e/o picnic nell'oliveto, la possibilità di assistere al processo produttivo (raccolta delle olive nell'oliveto adiacente al frantoio, processo di estrazione e poi assaggio dell'olio nuovo) e la visita guidata del Borgo [18].

Dall'indagine sul campo, condotta con metodi qualitativi, è stato possibile costruire un quadro delle opinioni, impressioni e aspettative degli *stakeholder* coinvolti. L'analisi ha utilizzato principalmente interviste semi-strutturate e osservazione partecipante, strumenti efficaci nel far emergere significati, dinamiche relazionali e processi spesso non immediatamente evidenti con le sole tecniche quantitative.

Il campione, selezionato secondo un criterio intenzionale, ha incluso soggetti appartenenti a diverse categorie (amministratori locali, operatori del settore, utenti del servizio, membri di associazioni ecc.), così da cogliere una pluralità di prospettive e approfondire come i diversi attori interpretano e vivono il fenomeno. Le interviste hanno permesso di approfondire esperienze, criticità e potenziali sviluppi futuri.

In termini di contenuti emersi, gli amministratori locali hanno sottolineato la necessità di potenziare servizi e mobilità; gli operatori del set-

24. La notevole altitudine a cui sono posti gli oliveti (500-700 mt s.l.m.) se, da un lato, comporta una minore abbondanza della produzione, dall'altro, inibisce gli agenti infestanti, agevolando la coltivazione in regime di Agricoltura Biologica. La produzione avviene in impianti e con strutture moderne, conservando comunque una dimensione agricola e artigianale per evitare la produzione industriale.

25. Si tratta di un'azienda biologica, dove tutte le operazioni (raccolta, trasformazione e confezionamento) vengono svolte nel pieno rispetto delle norme di produzione biologica, peraltro controllate e certificate da Bioagricet, l'ente di certificazione biologica e qualità agroalimentare. L'Azienda agricola ha un'estensione di circa 20 ettari, tutti coltivati secondo i principi dell'Agricoltura Biologica; 7 ettari sono dedicati esclusivamente alla coltivazione dell'olivo, la restante parte a cereali antichi e leguminose.

Foto 2 - Olivi a Zungoli



Fonte: [19]

tore hanno richiamato l'attenzione sull'importanza di un coordinamento più efficiente e sulla valorizzazione del prodotto e dell'identità territoriale, riconoscendo al tempo stesso le difficoltà derivanti dalla frammentazione dell'offerta; gli utenti e i visitatori hanno manifestato interesse per esperienze autentiche e integrate, segnalando però la mancanza di una proposta più organizzata; le associazioni locali hanno ribadito il ruolo della tutela paesaggistica e della riqualificazione del patrimonio rurale.

In sintesi, risulta chiaro che, per generare ricadute economiche significative, sono necessari interventi mirati, come il potenziamento della ricettività diffusa e agrituristica, la riqualificazione del paesaggio agrario, il miglioramento della mobilità locale e la valorizzazione del territorio rurale, insieme a servizi di accoglienza più strutturati.

Il comune di Zungoli già da alcuni anni è attivo nella realizzazione di progetti di sviluppo dell'area: oltre ad essere stato inserito tra i comuni dell'area *buffer* del Masterplan di valorizzazione della Valle dell'Ufita<sup>26</sup>, è stato

26. Con Delibera n. 148 del 21 marzo 2023 la Giunta regionale ha attivato il Masterplan della Valle dell'Ufita e il 3 maggio 2023 è stato sottoscritto il Protocollo d'Intesa tra la Regione Campania e i comuni interessati per la "Rigenerazione e valorizzazione dell'Area". Tra gli obiettivi strategici sono stati individuati: recupero e completamento della rete per il trasporto su gomma, al fine di implementare le connessioni con la nuova stazione Hirpinia; potenziamento delle politiche che contribuiscono a ridurre il fenomeno del calo

**Fig. 3 - Impianti di produzione - Azienda San Comaio**

*Fonte:* Foto delle autrici (2024)

beneficiario e soggetto capofila del “Progetto collettivo di sviluppo rurale del Psr Campania 2014-2020”, con il quale, tra l’altro, ha realizzato un’importante azione di conservazione, messa in sicurezza e riqualificazione della parte più antica del borgo. I lavori hanno interessato il rifacimento delle facciate più rappresentative del centro storico, il recupero e la rifunzionizzazione di due edifici pubblici chiusi per lungo tempo (la Casa Pontile e l’ex Municipio), la ripavimentazione di strade e piazze, nonché la possibilità per i privati di ristrutturare appartamenti nel borgo da destinare ad attività ricettive.

demografico; recupero e tutela ambientale finalizzate alla riqualificazione paesaggistica e alla riduzione del rischio idrogeologico; rafforzamento del sistema della filiera agricola e zootecnica teso alla valorizzazione dei prodotti dell’eccellenza agricola territoriale; rigenerazione urbana finalizzata al risanamento urbanistico dell’area individuata e promozione di azioni per la fruizione del patrimonio culturale e naturalistico.

Infatti, al fine di conservare il patrimonio architettonico e culturale, e di stimolare una nuova vitalità economica attraverso l'arrivo di abitanti, Zungoli, insieme ad altri piccoli Comuni in Italia, ha aderito all'interessante iniziativa di vendere le case abbandonate e diroccate a 1 euro. Si tratta di un progetto di recupero e rinnovamento del patrimonio edilizio esistente che è già al quarto bando, con il quale s'intende delineare una nuova idea di Centro Storico, quale sistema unico, attrattivo e dinamico in ogni sua parte, ma che stenta a decollare a causa delle difficoltà incontrate sia dagli acquirenti sia dal Comune stesso per superare le problematiche burocratiche e le ingenti spese di ristrutturazione.

## 5. Conclusioni

Dal 1990 al 2020, la produzione e il consumo globale di olio di oliva sono aumentati, passando da 1,5 a 3,2 milioni di tonnellate la prima e da 1,7 a 3,1 milioni di tonnellate il secondo, con una concentrazione soprattutto in Spagna, Italia e Grecia, che rappresentano il 65% della produzione globale e il 40% del consumo (Hwang - Quadri-Fellitti, 2021). Il settore olivicolo italiano conta 1,10 milioni di ha coltivati, comprende oltre 619.000 aziende agricole e 4.319 frantoi attivi sul territorio.

L'accresciuta importanza del prodotto, i cambiamenti delle abitudini alimentari dei consumatori, unitamente alla prossimità ai luoghi di produzione del vino e alla più generale diffusione del turismo enogastronomico hanno contribuito a diversificare l'offerta turistica, estendendola a nuove esperienze di fruizione di destinazioni minori. Frantoi, uliveti storici, dimore antiche, musei, strutture ricettive sono diventate attrazioni alla base di pacchetti di ospitalità e iniziative turistico-culturali che intendono innalzare la qualità e l'originalità delle attrazioni e dei servizi disponibili, con particolare attenzione alle esperienze immersive.

Tra le località non inserite nei circuiti del turismo di massa, i comuni dell'area di produzione dell'Olio "Irpinia Colline dell'Ufita DOP" possono trasformare questa esclusione in occasione di sviluppo locale, attra-

verso la promozione di pacchetti di ospitalità e iniziative turistico-culturali in cui l'olio e i prodotti agrolimentari siano protagonisti e gli oliveti siano valorizzati come contesti per un turismo che integra benessere, arte culinaria, sport e intrattenimento educativo. Tuttavia, l'analisi ha evidenziato la prevalenza di un turismo "mordi e fuggi" e la stagionalità delle presenze, un debole sistema di collegamento viario dei comuni più marginali con i principali nodi connettivi dell'area, una frammentarietà delle azioni di promozione e di comunicazione del sistema turistico locale, anche per la limitata propensione verso processi di collaborazione e aggregazione continuativi tra le imprese locali per accrescere l'attrattività e l'accessibilità dell'offerta turistica. Inoltre, spesso la ricerca prioritaria e disordinata di profitti da conseguire in fretta e senza un adeguato livello di professionalità possono scoraggiare la domanda che richiede servizi ed esperienze di qualità, creando impatti negativi sull'ambiente, sulla competitività e sulla comunità locale (Trono, 1997).

Pertanto, lo sviluppo dell'oleoturismo come forma integrativa e alternativa ai modelli classici di turismo e funzionale alla valorizzazione del territorio richiede la realizzazione di una strategia integrata e condivisa, basata sulle vocazioni produttive e culturali omogenee, per incrementare gli investimenti nella formazione di operatori (olivicoltori, frantoiani, ma anche addetti all'accoglienza, guide ambientali e turistiche), sistematizzare le iniziative di promozione e di marketing delle filiere agroalimentari di qualità e potenziare più coinvolgenti e nuove modalità di offerta, che richiama un pubblico variegato e con modelli di comportamento diversi.

Infatti, a seguito dell'analisi di contesto e dell'ascolto di alcuni *stakeholder* locali, emerge innanzitutto l'esigenza di aumentare e migliorare l'accessibilità dei luoghi e di incentivare le imprese ad uscire dalla condizione di isolamento, di rafforzare l'offerta ricettiva in termini di posti letto e, per quanto riguarda specificamente il comparto agroalimentare, si sente l'esigenza di valorizzare le colture e le produzioni di qualità, inserendo i prodotti tipici all'interno di forme di offerta più ricche e articolate, anche attraverso l'istituzione di un Centro di Eccellenze e/o un Brand d'area.

Il territorio rappresenta un fattore competitivo importante, nel quale convergono e si consolidano interessi e identità collettivi che, tuttavia, vanno accuratamente gestiti, al fine di scongiurare il rischio di innescare indesiderati meccanismi di impoverimento del territorio, assecondando “esigenze di consumo sproporzionate rispetto a quelle abituali e accettabili per le singole destinazioni” (Calzati, 2013, p. 144). Ciò significa rendere la marginalità un’opportunità per promuovere uno sviluppo turistico sostenibile, coniugando tradizione, qualità e innovazione che, nel caso specifico dei prodotti enogastronomici certificati, e l’olio in particolare, rappresentano caratteristiche distintive da tutelare.

*Bibliografia*

- AMODIO T., “Rappresentazioni cartografiche e patrimonio viticolo in Campania”, *Conoscere per rappresentare. Temi di cartografia e approcci metodologici*, SCANU G. (a cura di), Trieste, EUT Edizioni Università di Trieste, 2018, pp. 127-142.
- BARBERA G. ED ALTRI, “La tutela e la valorizzazione del paesaggio culturale dei sistemi tradizionali dell’olivo in Italia”, *Il futuro dei sistemi olivicoli in aree marginali: aspetti socioeconomici, conservazione delle risorse naturali e produzioni di qualità*, Atti del Convegno Europeo Matera 12-13 ottobre 2004, Verona, L’Aquilone, 2005, pp. 59-76.
- CALZATI V., “Destinazioni minori e sviluppo turistico sostenibile. Il progetto EDEN nella Regione Lombardia”, *Sinergie*, 92(2013), pp. 139-157.
- CASTIELLO N., “Mitigazione del rischio ambientale nella Campania appenninica: sedi umane e terremoti”, *Studi e Ricerche scio-territoriali*, 10(2020), fasc. unico, pp. 23-86.
- DERAMOND J. - TEIXERA PINTO DIAS F., “From promoting a multifaceted heritage to regional development: olive tourism”, *Via. Tourism review*, DOI: 10.4000/123gm.
- DETTORI S. ED ALTRI (a cura di), *Olivicoltura multifunzionale e paesaggio*, Collana divulgativa dell’Accademia dell’Olivo e dell’Olio, vol. 17, Spoleto, Accademia Nazionale dell’Olivo e dell’olio, 2012.
- DI VAIO C. (a cura di), *Il germoplasma dell’olivo in Campania*, Regione Campania, DOI: 10.1002/fsn3.1180.
- FERNÁNDEZ-LOBATO L. ED ALTRI, “Life cycle assessment, C footprint and carbon balance of virgin olive oils production from traditional and intensive olive groves in southern Spain”, *Journal of Environmental Management*, DOI: 10.1016/j.jenvman.2021.112951.
- FLYNN M.M. ED ALTRI, “Is Extra Virgin Olive Oil the Critical Ingredient Driving the Health Benefits of a Mediterranean Diet? A Narrative Review”, DOI: 10.3390/nu15132916.
- FRATIANNI, F. ED ALTRI, “Biochemical composition and antioxidant activity of three extra virgin olive oils from the Irpinia Province, Southern Italy”, *Food and Science Nutrition*, 7(2019), 3233-3243.
- GARIBALDI R. (a cura di), *Rapporto sul turismo dell’olio*, Roma, Associazione Nazionale e Città dell’Olio, UNAPROL - Consorzio Olivicolo Italiano, 2024.
- GRIMALDI D. ED ALTRI, *Analisi ambientale di comparto produttivo. L’olio d’oliva*, Genova, Agenzia Regionale per la Protezione dell’Ambiente Ligure (ARPAL), 2006.
- HUNTER C., GREEN H., *Tourism and the environment: a sustainable relationship?* London, Routledge Press, 1995.
- HWANG, Y. - QUADRI-FELITTI, D., “A quest for the healthy lifestyle and learning experiences in olive oil tourism”, *Journal of Tourism and Cultural Change*, DOI: 10.1080/14766825.2021.1917586.
- MCKERCHER B., “Some fundamental truths about tourism: understanding tourism’s social and environmental impacts”, *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1993), 1, pp. 6-16.
- MIHAYLOVA D. ED ALTRI, “Dietary Phenolic Compounds - Wellbeing and Perspective Applications”, *International Journal of Molecular Science*, DOI: 10.3390/ijms25094769.
- ORLANDI F. ED ALTRI, “Impact of climate change on olive crop production in Italy”, *Atmosphere*, DOI: 10.3390/atmos11060595.
- POLLICE F., *Le produzioni tipiche leva per lo sviluppo territoriale. Il caso della Campania*, Napoli, Unimpresa, 2012.
- ROMANELLI A., “La produzione olearia per la valorizzazione del territorio in Campania”, *Annali del Turismo*, 4(2015), pp. 157-170.

- RUSSO KRAUSS D., “Viaggiare “vicino”: prodotti tipici, tradizioni enogastronomiche, comunità locali e pratiche turistiche sostenibili”, *Studi e Ricerche socio-territoriali*, 14(2024) fasc. unico, pp. 3-10.
- SANTILLI E. - PERRI E. (a cura di), *Tradizione e innovazione per un'olivicoltura moderna e di qualità*, Roma, CREA, 2022.
- SORRENTINI F., “Prodotti tipici e turismo enogastronomico: attrattive per lo sviluppo integrato delle aree interne della Campania”, *Studi e Ricerche socio-territoriali*, 10(2020) fasc. unico, pp. 141-202.
- TOUS, J., “The influence of growing region and cultivar on olives and olive oil characteristics and on their functional constituents”, KIRITSAKIS A. - SHAHIDI F. (a cura di), *Olives and olive oil as functional food. Bioactivity, Chemistry and Processing*, DOI: 10.1002/9781119135340.ch4.
- TRONO A., “L'iniziativa comunitaria Leader: una nuova politica di sviluppo nelle aree rurali?”, *Turismo e diffusione territorial dello svilupp sostenibile*, CITARELLA F. (a cura di), Napoli, Loffredo Editore, 1997, pp. 41-48.
- WAHRBURG U. ed Altri, “Mediterranean diet, olive oil and health”, *European Journal of Lipid Science and Technology*, DOI: 10.1002/1438-9312(200210)104:9/10<698::AID-EJLT698>3.0.CO;2-A
- ZERBI M.C. (2013), “Ulivi, paesaggio e prodotti tipici come componenti del patrimonio”, PARATORE E. - BELLUSO R. (a cura di), *Valori naturali, dimensioni culturali, percorsi di ricerca geografica. Studi in onore di Cosimo Palagiano*, Roma, Edigeo, 459-475.

### Sitografia

- [01] REGOLAMENTO (UE) N. 1308/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 17 dicembre 2013: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1308> (Accesso del 15/12/2024)
- [02] REGOLAMENTO (UE) 2021/2115 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 2 dicembre 2021: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R2115> (Accesso del 08/01/2025)
- [03] ISMEA Mercati, Tendenze Olio di oliva n. 1/2024 - Settembre 2024 - Speciale Previsioni di produzione: <https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13252> (Accesso del 30/10/2024)
- [04] ISTAT Censimento Agricoltura 2020: [https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/censimentoagricoltura/categories/IT1,Z1100AGR,1.0/AU/IT1,DF\\_DCAT\\_CENSAGRIC2020\\_UA\\_CROPS\\_2,1](https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/censimentoagricoltura/categories/IT1,Z1100AGR,1.0/AU/IT1,DF_DCAT_CENSAGRIC2020_UA_CROPS_2,1) (accesso .....data) (accesso del 20/01/2025)
- [05] Assessorato Agricoltura, Regione Campania - IRPINIA COLLINE DELL'UFITA (Olio extravergine di Oliva) D.O.P. [https://agricoltura.regione.campania.it/Tipici/olio\\_irpinia\\_ufita.html](https://agricoltura.regione.campania.it/Tipici/olio_irpinia_ufita.html) (Accesso del 16/11/2024)
- [06] ISTAT, [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.istat.it%2Fwp-content%2Fuploads%2F2024%2F09%2FAllegato\\_ripartizioni.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.istat.it%2Fwp-content%2Fuploads%2F2024%2F09%2FAllegato_ripartizioni.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK) (Accesso del 30/10/2024)
- [07] ISMEA, [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.ismeamercati.it%2Fflex%2Ffiles%2F1%2F%2F6%2FD.f4b0490c4d39202a6b86%2FScheda\\_Olio\\_Aprile\\_2024.pptx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.ismeamercati.it%2Fflex%2Ffiles%2F1%2F%2F6%2FD.f4b0490c4d39202a6b86%2FScheda_Olio_Aprile_2024.pptx&wdOrigin=BROWSELINK) (Accesso del 24/03/2025)
- [08] REGOLAMENTO DI ESECUZIONE (UE) 2023/666 DELLA COMMISSIONE del 16 marzo 2023: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32023R0666> (Accesso del 16/02/2025)
- [09] ISMEA, <https://www.ismeamercati.it/retefood-dop-igp> (Accesso del 06/04/2025)

- [10] <https://www.comunecastelbaronia.it/wp-content/uploads/2018/08/DOCUMENTO-DI-ORIENTAMENTO-STRATEGICO-D.O.S.-ALLEGATO-DELIBERA-DI-C.C.-N.-18-2018.pdf> (Accesso del 11/02/2025)
- [11] Vatrano T. <https://www.rivistadiagraria.org/articoli/anno-2018/ruolo-dellolivo-nella-mitigazione-dei-cambiamenti-climatici/> (Accesso del 20/01/2025)
- [12] [https://www.robtagaribaldi.it/wp-content/uploads/2024/12/Rapporto-Turismo-Enogastronomico.pdf?\\_gl=1\\*tmc15x\\*\\_ga\\*ODU2NTc2NjkwLjE3MzQ3MDc4MDM.\\*\\_ga\\_CZVMDXXFSE\\*MTczNDcwNzgwMy4xLjEuMTczNDcwNzgzNi4yNy4wLjlxMTU1MDk0MDA](https://www.robtagaribaldi.it/wp-content/uploads/2024/12/Rapporto-Turismo-Enogastronomico.pdf?_gl=1*tmc15x*_ga*ODU2NTc2NjkwLjE3MzQ3MDc4MDM.*_ga_CZVMDXXFSE*MTczNDcwNzgwMy4xLjEuMTczNDcwNzgzNi4yNy4wLjlxMTU1MDk0MDA). (Accesso del 15/01/2025)
- [13] <https://www.turismodellolio.com/> (Accesso del 24/03/2025)
- [14] <https://halleyweb.com/c064120zff/index.php/servizi-aggiuntivi/index/index/idtesto/20067> (Accesso del 31/03/2025)
- [15] <https://comune.zungoli.av.it/it> (Accesso del 18/04/2025)
- [16] <https://sistemairpinia.provincia.avellino.it/it/comuni/zungoli> (Accesso del 18/04/2025)
- [17] ISTAT, [https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/censimentoagricoltura/categorie/AU/IT1,DF\\_DCAT\\_CENSAGRIC2020\\_UA\\_CROPS\\_2,1.0](https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/censimentoagricoltura/categorie/AU/IT1,DF_DCAT_CENSAGRIC2020_UA_CROPS_2,1.0) (Accesso del 06/04/2025)
- [18] <https://www.sancomaio.it/store/> (Accesso del 06/04/2025)
- [19] [https://www.oliocentrica.it/it/conosciam-oli/san-comaio/#lightbox\[gallery\\_image\\_3\]/3](https://www.oliocentrica.it/it/conosciam-oli/san-comaio/#lightbox[gallery_image_3]/3) (Accesso del 24/03/2025) (Accesso del 02/04/2025)

### Résumé

*La Campania, et en particulier la zone des collines d'Ufita en Irpinia, possède un riche patrimoine oléicole avec de précieuses variétés indigènes. L'huile produite est de haute qualité et peut devenir un moteur de développement rural grâce au tourisme pétrolier, une forme de tourisme durable qui valorise le paysage, la culture locale et la production agroalimentaire.*

*L'ouvrage analyse comment cette activité peut contribuer au développement local, notamment dans les communes liées à l'huile DOP "Irpinia Colline dell'Ufita", en promouvant l'hospitalité, la culture et la gastronomie. L'oléiculture en Irpinia a des racines historiques et peut aujourd'hui faire partie d'une offre touristique expérientielle qui répond aux nouvelles exigences de qualité, d'authenticité et de durabilité. Le village de Zungoli, exemple d'un lieu non affecté par le tourisme de masse, est un cas emblématique de la façon dont le tourisme pétrolier peut déterminer des bénéfices économiques, sociaux et environnementaux, impliquant non seulement les entreprises agricoles mais l'ensemble du territoire avec des propositions innovantes et inclusives.*

*Mots-clés, Irpinia, Tourisme pétrolier; Zungoli.*

### Resumen

*Campania, y en particular la zona de las colinas de Ufita en Irpinia, tiene un rico patrimonio olivarero con valiosas variedades autóctonas. El aceite producido es de alta calidad y puede convertirse en un motor de desarrollo rural a través del oleoturismo, una forma de turismo sostenible que pone en valor el paisaje, la cultura local y la producción agroalimentaria.*

*El trabajo analiza cómo esta actividad puede contribuir al desarrollo local, especialmente en los municipios vinculados a la DOP Aceite "Irpinia Colline dell'Ufita", promoviendo la hospitalidad, la cultura y la gastronomía. El cultivo del olivo en Irpinia tiene raíces históricas y hoy puede formar parte de una oferta turística experiencial que responde a las nuevas exigencias de calidad, autenticidad y sostenibilidad. El pueblo de Zungoli, ejemplo de un lugar no afectado por el turismo de masas, es un caso emblemático de cómo el oleoturismo puede determinar beneficios económicos, sociales y ambientales, involucrando no sólo a las empresas agrícolas sino a todo el territorio con propuestas innovadoras e inclusivas.*

*Palabras clave: Irpinia; Turismo petrolero; Zungoli.*