

Agriblea, dal pomodoro secco a un modello agroalimentare globale



La nascita di Agriblea di Agosta Giorgio & C S.S., fondata da Giorgio «Gino» Agosta nel 1998 a Ispica, in provincia di Ragusa, dimostra come un sapere tradizionale possa trasformarsi in un'impresa moderna capace di competere a livello internazionale.

L'idea originaria era quella di recuperare e valorizzare la «ciappa ri pummaroru», il

pomodoro secco tipico delle famiglie siciliane, prodotto attraverso rituali domestici che rischiavano di scomparire.

Partendo da circa 70 ettari, di cui 35 dedicati al pomodoro, l'azienda ha scelto una specializzazione totale: coltivare esclusivamente pomodori destinati all'essiccazione, selezionando tipologie differenti (oblungo, ciliegino, datterino) e applicando un protocollo produttivo rigoroso che integra manualità e innovazione. Questa scelta ha consentito di caratterizzare l'impresa come monocoltura di qualità, capace di presidiare una nicchia di mercato con un prodotto riconosciuto sia dal punto di vista culturale sia commerciale.

Negli anni sono arrivate certificazioni di rilievo – PAT, Biologico, Global Gap, Grasp, IFS, Biosuisse – che hanno consolidato la reputazione del marchio e aperto la strada all'export. La struttura aziendale è rimasta a conduzione familiare, con Gino Agosta alla guida affiancato dalle figlie Francesca (responsabile qualità) e Rosy (produzione), con il supporto di una manodopera stagionale di circa 55 addetti. Questo modello ibrido, radicato nella tradizione ma capace di organizzarsi con criteri professionali, rappresenta il primo pilastro del metodo Agriblea.

Innovazione di processo e agricoltura sostenibile

Il cuore del successo di Agriblea sta nell'aver trasformato una pratica tradizionale in un processo industriale controllato, mantenendo però intatta la naturalità del prodotto. La produzione si basa su agricoltura biologica e biodinamica, con tecniche agronomiche rispettose della fertilità dei suoli e dell'equilibrio ambientale. La raccolta manuale consente una selezione accurata dei frutti, indispensabile per la qualità del prodotto finale.

L'essiccazione avviene sfruttando le condizioni pedoclimatiche ideali della Val di Noto, caratterizzata da elevate ore di irraggiamento e venti asciutti che riducono i rischi sanitari. Questo processo è stato affinato grazie a protocolli igienico-sanitari specifici, elaborati internamente per rispondere alle richieste del mercato e successivamente riconosciuti ufficialmente, fino a portare al riconoscimento della «ciappa ri pummaroru» come prodotto agroalimentare tradizionale.

Gli investimenti hanno seguito una logica di innovazione incrementale, applicando il principio FES: funzionale, economico, semplice. Impianti fotovoltaici per l'autosufficienza energetica (2012), eliminazione della plastica e introduzione di imballaggi sostenibili (2015), modernizzazione degli impianti di selezione e confezionamento grazie ai PSR regionali e al PNRR sono le innovazioni principali. L'attenzione alla sostenibilità si estende anche alla gestione delle risorse: riciclo delle acque di lavorazione, riduzione dei rifiuti, utilizzo circolare degli scarti agricoli. Questo approccio integrato dimostra come la filiera corta, se gestita con criteri tecnici, possa garantire non solo qualità ma anche efficienza e competitività.

Mercato globale e strategie competitive

Il posizionamento di Agriblea sul mercato è frutto di una strategia coerente, che integra qualità certificata, filiera corta e internazionalizzazione mirata. Con un fatturato di circa 1,5 milioni di euro, l'azienda esporta oltre il 70% della produzione, servendo mercati strategici come Germania, Scandinavia, Benelux, Stati Uniti, Svizzera, Regno Unito e Giappone. L'Italia rappresenta circa il 28% delle vendite, con presenza sia nella grande distribuzione che nei negozi specializzati.

La politica commerciale è orientata alla differenziazione di prodotto: non solo pomodori secchi, ma anche derivati confezionati (salse, paté, semilavorati), con formati adatti sia al retail che all'industria alimentare.

La competitività si misura anche rispetto a Paesi concorrenti come Turchia e Tunisia: la scelta di puntare su biologico certificato e tracciabilità totale consente ad Agriblea di presidiare la fascia premium, differenziandosi dalla concorrenza a basso costo.

Sul piano della promozione, le fiere internazionali (Biofach a Norimberga, Biolife a Bolzano, Sana a Bologna) sono diventate strumenti chiave per consolidare relazioni con buyer e importatori. A livello organizzativo, il gruppo fa leva su una governance familiare snella, capace di decisioni rapide e investimenti mirati.

Le direttrici strategiche possono essere sintetizzate in cinque assi replicabili: specializzazione monocolturale, filiera corta controllata, innovazione di processo semplice ed efficace, certificazioni come leva commerciale e internazionalizzazione selettiva. Questo metodo, costruito nell'arco di venticinque anni, dimostra come anche una realtà di dimensioni contenute possa affermarsi sui mercati globali se riesce a integrare tradizione, innovazione e visione strategica.

Tratto dall'articolo pubblicato su *L'Informatore Agrario* n. 11/2026

Produrre valore legando i prodotti al territorio

Per leggere l'articolo completo **abbonati** a *L'Informatore Agrario*