



AGRICOLTURA E CITTÀ



Sede Centrale
Via Nazionale 82 – 00184 Roma
Tel. 06478361 - Fax 0647836320
info@crea.gov.it - www.crea.gov.it

Il volume è a cura di Francesca Giarè e Francesco Vanni

I testi sono stati redatti da:

Capitolo 1: Francesca Giarè

Capitolo 2: Roberto Henke e Francesco Vanni

Capitolo 3: Francesco Vanni (3.1 e 3.3); Patrizia Borsotto (3.2.1);
Alberto Sturla (3.2.2); Francesca Gaudiano, Roberto Cagliero e Pietro Manzoni (3.2.3 e 3.2.4);
Laura Aguglia (3.2.5); Felicetta Carillo e Ines Di Paolo (3.2.6); Gabriella Ricciardi (3.2.7)
Capitolo 4: Francesca Giarè (4.1); Flavio Lupia e Giuseppe Pulighe (4.2, 4.3, 4.4 e 4.5)

Il presente rapporto è stato elaborato nell'ambito dell'incarico
assegnato dal MIPAAF con D.M. n. 14983 del 17/07/2014
Chiuso in redazione a Dicembre 2015

Organizzazione editoriale: Benedetto Venuto

Prestampa e diffusione a cura di

AGRICOLTURA E CITTÀ

MIPAAF D.M. N. 14983 del 17/07/2014

2015



Presentazione

Anche quest'anno insieme con l'Annuario dell'agricoltura italiana, viene pubblicata una monografia di approfondimento, dedicata questa volta all'agricoltura urbana e peri-urbana, un argomento che da qualche tempo l'Istituto segue da diversi punti di vista.

Si tratta di un'edizione particolare, che per la prima volta riporta il logo CREA – Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria – l'ente nazionale di ricerche nato dalla fusione avvenuta all'inizio del 2015 tra l'INEA e il CRA.

Il volume offre una lettura del fenomeno dell'agricoltura urbana e peri-urbana in Italia, focalizzando l'attenzione sia sulle aziende agricole professionali localizzate in prossimità dei centri urbani, sia sulle tante esperienze di orti sociali, di riqualificazione urbana, di didattica e di coesione sociale nate nei contesti metropolitani negli ultimi anni.

Prendendo spunto dalla situazione attuale, rispetto alla quale si analizzano dati e problematiche utilizzando le fonti informative disponibili e il lavoro originale di raccolta delle informazioni realizzato dal CREA, il lavoro presenta le relazioni tra urbano e rurale, mostrando come queste relazioni abbiano assunto connotazioni diverse e in controtendenza rispetto alle dinamiche del passato. Al settore primario, infatti, viene riconosciuto sempre di più un ruolo centrale non solo come strumento di produzione di alimenti, ma anche

come produttore di numerose funzioni ambientali, sociali e culturali.

Il rinnovato interesse per il mondo agricolo e rurale è certamente influenzato dalle nuove forme di urbanizzazione, che in molti contesti hanno portato a profonde modifiche degli assetti e del ruolo delle città, con la diffusione di aree urbane che stanno assumendo forme e contorni che sfumano nella campagna e con spazi agricoli che occupano gli interstizi lasciati disponibili dallo sviluppo urbano, in un continuum di spazi verdi e spazi costruiti. Questa nuova configurazione spaziale tra urbano e rurale ha dato luogo a locuzioni ormai universalmente riconosciute come agricoltura urbana e agricoltura peri-urbana, a indicare le attività agricole che si svolgono nelle città o a ridosso di esse.

L'analisi conferma come, nonostante queste due realtà di fatto rispondano ad esigenze economiche, sociali e ambientali anche molto diverse, queste forme di agricoltura possano essere entrambe valorizzate da un'idea multifunzionale dell'attività primaria e da un nuovo modello di sviluppo agricolo e rurale, non più e non solo basato sull'intensificazione produttiva dei suoli agricoli, ma sviluppato attorno al riconoscimento di nuove e diverse funzioni affidate all'agricoltura e alle aree rurali e percepite come fondamentali dalla società contemporanea.

Presentazione

Presentazione	pag.	3
---------------	------	---

Capitolo 1: Introduzione

Introduzione	pag.	8
--------------	------	---

Capitolo 2: L'agricoltura peri-urbana

2. L'agricoltura peri-urbana	pag.	14
2.1 Introduzione	pag.	14
2.2 L'agricoltura nei principali poli urbani italiani	pag.	15
2.2.1 <i>Classificazione delle aziende peri-urbane</i>	pag.	15
2.2.2 <i>Tipologie aziendali nelle principali aree urbane italiane</i>	pag.	16
2.3 Considerazioni conclusive	pag.	21
Bibliografia	pag.	23

Capitolo 3: Imprenditorialità e multifunzionalità in aree peri-urbane

3. Imprenditorialità e multifunzionalità in aree peri-urbane	pag.	26
3.1 Introduzione	pag.	26
3.2 Casi di studio di aziende “reattive”	pag.	28
3.2.1 <i>Fattoria Roggero (Torino)</i>	pag.	28
3.2.2 <i>Serre sul Mare & Il pesto di Pra’ (Genova)</i>	pag.	32
3.2.3 <i>Cascina Battivacco (Milano)</i>	pag.	37
3.2.4 <i>Cascina Bressanella (Monza e Brianza)</i>	pag.	43
3.2.5 <i>Tenuta della Mistica (Roma)</i>	pag.	49
3.2.6 <i>Masseria del Borro (Napoli)</i>	pag.	55
3.2.7 <i>Azienda agricola apistica Correnti Mariano (Palermo)</i>	pag.	64
3.3 I fattori della “reattività”: i casi a confronto	pag.	72
<i>Bibliografia</i>	pag.	79

Capitolo 4: L’agricoltura urbana

4. L’agricoltura urbana	pag.	82
4.1 Introduzione	pag.	82
4.2 La nuova mappatura spaziale dell’AU realizzata dal CREA	pag.	84
4.3 Roma	pag.	87
4.3.1 <i>Analisi del fenomeno</i>	pag.	87
4.3.2 <i>Le esperienze di mappatura spaziale dell’AU</i>	pag.	92
4.3.3 <i>La lettura del fenomeno attraverso i dati della banca dati CREA</i>	pag.	94
4.4 Milano	pag.	95
4.4.1 <i>Analisi del fenomeno nella città di Milano</i>	pag.	95
4.4.2 <i>Le esperienze di mappatura dell’AU</i>	pag.	97
4.4.3 <i>La lettura del fenomeno attraverso i dati della banca dati CREA</i>	pag.	100
4.5 Considerazioni conclusive	pag.	102
<i>Bibliografia</i>	pag.	104



Capitolo 1

Introduzione

1. Introduzione

Il rapporto tra città e campagna è da anni all'attenzione di ricercatori, istituzioni e operatori, ma negli ultimi tempi ha assunto una rilevanza particolarmente evidente nelle indagini e nei dibattiti accademici, oltre che negli eventi divulgativi e informativi. Anche l'Expo, recentemente conclusosi a Milano, ha dato al tema ampio spazio, sia nell'ambito delle manifestazioni di approfondimento e analisi sia nell'ambito delle attività dimostrative e degli allestimenti. La struttura ha proposto, tra l'altro, spazi adibiti ad orto, piccoli frutteti e aree boschive, per un totale di circa 13.000 nuovi alberi ad alto fusto, di cui circa 2.000 da frutto, che si alternavano ai padiglioni, prospettando in qualche modo un'alternanza continua di urbano e rurale.

Questo rapporto tra città e campagna è molto cambiato negli ultimi 50-60 anni: mentre nel secondo dopoguerra in Italia si fuggiva dalle campagne perché luoghi senza prospettive di lavoro e di vita e l'agricoltura era vista esclusivamente come strumento per la produzione di alimenti, oggi il fenomeno dell'inurbamento è parzialmente ridotto ed ha assunto connotati differenti rispetto al passato, mentre il settore primario ha conquistato un ruolo importante nella sua dimensione multifunzionale e si stanno consolidando fenomeni interessanti di ritorno alla terra.

Potremmo dire che, di fatto, la campagna non è vista più solo come luogo di produzione di cibo, ma come contesto in cui rigenerarsi, passare del tempo libero, andare in vacanza e fare attività sportive, culturali, ecc. L'agricoltura, allo stesso modo, ha ampliato la sua sfera aggiungendo a quella produttiva funzioni percepite come fondamentali dall'odierna società come quelle sociale, ambientale e culturale.

Ma la cosa che più si nota è il fatto che anche dal punto di vista spaziale spesso i confini tra i due contesti non risultano chiaramente distinti, con le città che si sono allargate assumendo forme e contorni che sfumano nella campagna, in un continuum di spazi verdi e spazi costruiti, tanto da dare luogo a locuzioni ormai universalmente riconosciute come agricoltura urbana e agricoltura peri-urbana, a indicare quelle attività che si svolgono, appunto, nelle o a ridosso delle città.

Questi territori conservano spesso caratteri di forte naturalità che assumono valore strategico proprio per la loro vicinanza o commistione con gli spazi edificati della città. Le potenzialità ecologiche espresse dai territori residuali e incolti sono fondamentali per la conservazione della diversità biologica e per la costruzione e percezione del paesaggio. Si tratta, infatti, di spazi che non esprimono “né il potere né la sottomissione al potere” e indicano il ribaltamento della natura ordinata dall'uomo – l'*hortus conclusus* dei romani –, contrapposta agli spazi aperti esterni alla città (Clément, 2005).

La complessità di questi spazi e della società che li usa per vivere e lavorare non riesce ad essere ancora compresa dalle diverse discipline che l'approcciano in maniera settoriale, intente a distinguere nettamente fra la dimensione insediativa e quella ambientale (Magnaghi 2005). Così può accadere che l'economia agraria definisca questa agricoltura come non professionale, riducendo anche l'attività di tanti imprenditori orientati al mercato a un'azione dimostrativa e didattica; che l'urbanistica non sia preparata a dare risposte a questi territori ibridi urbano-rurale definiti di volta in volta come “campagna urbanizzata” o

zone di “urbanizzazione cui non compete il titolo di città” (Salzano, 2002).

È, insomma, evidente come le categorie utilizzate finora siano scarsamente utili non solo alla definizione di spazi e contesti, ma anche all’analisi delle potenzialità e delle possibili traiettorie di sviluppo utili in un lavoro di pianificazione del territorio. Proprio con questo obiettivo alcune correnti di pensiero propongono di abbandonare la tradizionale dicotomia città-campagna e di lavorare alla costruzione di una nuova idea di città – e di società – a partire proprio dagli spazi agricoli, piuttosto che cercare di contenere la crescita urbana con più o meno utili operazioni di contenimento, come le cinture verdi, le reti ecologiche, ecc. (Donadieu, 2013)

D’altra parte, la necessità di regolare i rapporti tra spazi urbani e rurali è stata avviata in Europa già due secoli fa, con i primi schemi di pianificazione territoriale, che affrontarono il rapporto urbano-rurale con l’obiettivo prioritario di contenere la crescita urbana. Le risposte sono state diverse, in relazione anche alle diverse condizioni ambientali, economico-sociali e degli ordinamenti politico-amministrativi: dalla costruzione di “cinture verdi”, con l’obiettivo di contenere l’espansione urbana al loro interno, a quella dei “cunei verdi”, che prevedono una penetrazione dall’esterno verso il tessuto urbanizzato, dalla preservazione di spazi agricoli all’interno delle aree urbanizzate (i “cuori verdi”) ai “corridoi verdi”, fino alla costruzione di reti, “trame” e “sistemi”.

Negli ultimi anni la pianificazione ha cercato di valorizzare al meglio le risorse, riconoscendo alla multifunzionalità dell’agricoltura un ruolo fondamentale per la tutela del territorio (Duvernoy et al., 2005), dando vita ai primi “progetti agricoli”. C’è stata, quindi, un’inversione di tendenza che ha messo al centro del progetto pianificatorio l’agricoltura produttiva e multifunzionale, con l’obiettivo di tutelare gli spazi agricoli dall’espansione della città e dalla urbanizzazione della campagna. In questi progetti di spazio, infrastrutture e qualità della vita della città sono prese in considerazione al pari delle necessità dell’attività agricola (Vidal e Fleury, 2009).

L’attenzione data da molti all’agricoltura urbana e peri-urbana, tuttavia, risulta ancora troppo spes-

so concentrata soprattutto sugli aspetti di costume, più che sulle caratteristiche e sulle dimensioni di tali attività, lasciando intendere come le funzioni “altre” dell’agricoltura abbiano preso nei contesti urbani il sopravvento su quelle produttive, ormai residuali se non addirittura inesistenti.

Da una lettura dei dati disponibili, invece, emerge un quadro differente, fatto di tante realtà produttive e orientate al mercato che svolgono la propria attività anche stringendo fitte relazioni con altri soggetti economici e sociali, oltre che con i consumatori.

Accanto a queste realtà produttive, sono presenti nei contesti urbani numerose realtà che utilizzano l’attività agricola soprattutto per produrre esternalità di tipo sociale, culturale, didattico. Tali iniziative contribuiscono a ridisegnare gli spazi delle città, a recuperare zone degradate e a offrire luoghi di socializzazione ai cittadini; in alcuni casi, tuttavia, costituiscono anche fonte di reddito in quanto le produzioni agricole riescono a soddisfare il fabbisogno alimentare della famiglia o del gruppo impegnato nell’attività o addirittura è possibile vendere parte della produzione a terzi.

Per approfondire tali aspetti, l’INEA prima e il CREA ora già da qualche anno hanno attivato un gruppo di lavoro che studia il fenomeno da più punti di vista e con l’utilizzo di diversi approcci: quantitativo e qualitativo, economico e spaziale, sociale e ambientale, ecc.

Partendo dal fatto che gli spazi per la produzione orientata al mercato si trovano soprattutto ai margini delle città, mentre all’interno di esse sono presenti quasi esclusivamente spazi ridotti nei quali la funzione produttiva può avere difficoltà ad essere espletata, è stata fatta una distinzione tra agricoltura peri-urbana e agricoltura urbana vera e propria. Nella prima la funzione economica è prevalente, gli operatori si muovono in una visione imprenditoriale e sono alla ricerca di rapporti stabili con il mercato, anche se attraverso approcci nuovi, articolati e legati al contenuto innovativo del prodotto stesso. L’agricoltura urbana va, invece, vista come un laboratorio di nuove esperienze sociali, in cui l’attività agricola si colloca al centro di funzioni complesse che vanno da quella didattica a quella terapeutica, a quella ludico-

ricreativa e aggregativa, a quella della gestione delle risorse naturali locali e alla cura del verde urbano.

Lo studio CREA sul tema dell'agricoltura urbana e peri-urbana parte dal presupposto che queste due realtà rispondano ad esigenze economiche, sociali e ambientali diverse, pur se accomunate da rapporti con le città non più basati su un conflitto e sulla competizione delle risorse ma, al contrario, su un adattamento reciproco se non su vere e proprie sinergie. Queste due forme di agricoltura vengono valorizzate da un'idea multifunzionale dell'attività primaria e anche da un nuovo modello di sviluppo agricolo non più e non solo basato sull'intensificazione produttiva e sulla modernizzazione industriale del settore primario, ma sul riconoscimento di nuove e diverse funzioni affidate all'agricoltura in contesti sviluppati ma anche in realtà emergenti e in via di sviluppo.

In questo studio i due tipi di agricoltura sono stati indagati con strumenti e approcci differenti. Nel primo caso, infatti, sono disponibili dati e informazioni che consentono di descrivere in maniera dettagliata lo scenario, mentre nel caso dell'agricoltura urbana è possibile reperire solo poche informazioni relative a esperienze locali. Sull'agricoltura peri-urbana, quindi, è stata realizzata sia una lettura dei dati dell'ultimo censimento ISTAT dell'agricoltura presente in 7 poli urbani – Torino, Genova, Milano, Monza e Brianza, Roma, Napoli e Palermo – (capitolo 2) sia un'analisi dei fattori che permettono alle aziende agricole di essere "reattive" alle mutazioni del contesto esterno attraverso l'attivazione di forme di diversificazione e la valorizzazione della multifunzionalità dell'agricoltura. Questa analisi è stata condotta attraverso 7 casi studio, uno per polo urbano, che vengono presentati nel capitolo 3.

Nei sette poli urbani analizzati sono presenti oltre 6.000 aziende agricole, il 68,5% delle quali commercializza il proprio prodotto direttamente. La Sau media aziendale, che supera i 10 ettari, varia molto tra le aziende dei diversi poli, ma soprattutto varia in maniera significativa anche all'interno di ciascun polo tra le aziende con vendita (oltre il 12%) e le aziende senza vendita (nemmeno il 3%).

Le aziende che svolgono attività connesse sono 593, corrispondenti al 9,7% delle aziende di questi

poli urbani, per un totale di 821 attività. Questa percentuale è sensibilmente maggiore rispetto a quella del totale delle aziende italiane, dove solamente il 4,7% del totale ha dichiarato di svolgere una o più attività remunerative connesse. L'attività maggiormente diffusa tra le aziende peri-urbane è quella della sistemazione di parchi e giardini (24,5%), che conferma lo stretto rapporto tra queste aziende e il contesto urbano, un'altra differenza sostanziale rispetto al dato nazionale, dove invece sono il lavoro per conto terzi e l'agriturismo le attività connesse più diffuse, attivate da circa il 20% delle aziende.

Le aziende sono state classificate come tradizionali, adattive o reattive in base alla loro intenzione e capacità di "reagire" ai cambiamenti circostanti. La differenza è data essenzialmente dalle strategie adottate dalle imprese e si ripercuote sulla scelta dell'orientamento produttivo, sull'articolazione delle attività di diversificazione, sulle modalità di commercializzazione, ma anche sulla composizione del reddito. In alcuni poli urbani (Roma, Milano, Genova) è presente un numero maggiore, in termini percentuali, di aziende reattive rispetto agli altri, ad indicare, probabilmente, un processo di costruzione di una nuova idea di città, già in atto in alcuni contesti.

Il capitolo 4, invece, sposta l'attenzione e la dimensione di analisi sull'agricoltura urbana. In mancanza di fonti informative complete sul fenomeno, si è scelto di adottare un approccio spaziale, sfruttando la disponibilità di informazioni di tipo geografico open source. Si tratta di un lavoro lungo e articolato, che non è stato possibile svolgere per tutti i poli urbani analizzati nel caso dell'agricoltura peri-urbana, ma che è stato limitato a Roma (entro il GRA) e Milano (tutto il territorio comunale). Il lavoro di mappatura e analisi del territorio ha reso possibile l'individuazione di spazi adibiti ad orti residenziali, istituzionali, comunitari e informali, variamente e diversamente distribuiti nelle due città.

Le due città mostrano caratteristiche piuttosto simili, anche se si sono sviluppate in tempi e con modalità differenti. Milano, infatti, ha avviato da tempo azioni e progetti finalizzati alla regolamentazione delle iniziative nate in maniera spontanea, con assegnazione di aree pubbliche da coltivare per finalità non

commerciali. Roma, invece, ha un paesaggio agricolo urbano amatoriale dominato storicamente da insediamenti non legalizzati che permane tuttora, anche se l'amministrazione ha iniziato recentemente ad affrontare la problematica con la realizzazione di iniziative di promozione e di regolamentazione. In tutte e due le città predomina la presenza di orti residenziali, quegli spazi adiacenti alle abitazioni che le famiglie coltivano per l'autoconsumo; a Roma essi occupano l'85% degli spazi mappati, mentre a Milano sono il 63%. Differenze maggiori si riscontrano sugli orti condivisi, che a Milano sono il 29% mentre a Roma solo il 5%, a conferma dei processi differenti in atto. In entrambe le città, inoltre, sono presenti orti istituzionali, realizzati da scuole, istituti religiosi, ospedali,

ecc., che coprono il 6% degli spazi mappati a Milano e l'8% a Roma. Gli orti informali, quelli cioè realizzati senza regolamentazione in aree pubbliche, spesso a ridosso di ferrovie e arterie stradali, o lungo i fiumi, sono solo il 2% sia a Milano sia a Roma.

Il lavoro realizzato sull'agricoltura peri-urbana – orientata al mercato – e su quella urbana – caratterizzata dall'utilizzo degli spazi agricoli per finalità diverse da quella produttiva – mostra, dunque, una ricchezza di percorsi e di risultati, illustrata bene nei casi studio e nelle esperienze presentate. L'accento è posto su un'agricoltura dinamica, capace di rispondere ai bisogni dei cittadini e alle nuove visioni di una società che muta nei valori, negli stili di vita e nelle modalità di fare impresa.

Bibliografia

Donadieu P. (2013), *Campagne urbane. Una nuova proposta di paesaggio della città*, Donzelli, Roma.

Duvernoy I., Jarrige F., Moustier P., Serrano J. (2005), "Une agriculture multifonctionnelle dans le projet urbain : quelle reconnaissance, quelle gouvernance?", in Fleury A. (a cura di), *Multifonctionnalité de l'agriculture périurbaine. Vers une agriculture du projet urbain*, *Les Cahiers de la multifonctionnalité*, n. 8, Mai 2005, INRA, CEMAGREF, CIRAD, pp. 87-104

Gilles C. (2005), *Manifesto del Terzo paesaggio*, Quodlibet, Macerata.

Magnaghi A. (a cura di) (2005) *La rappresentazione identitaria del territorio. Atlanti, codice, figure, paradigmi per il progetto locale*, Alinea, Firenze.

Salzano E. (2002), A proposito di città dispersa, *SR-Scienze regionali*, n. 2.

Vidal R. et Fleury A. (2009), Aménager les relations entre la ville et l'agriculture, de nouveaux enjeux territoriaux et une nouvelle approche «agriurbaniste», *Revue Urbia* n. 8, pp. 127-142, Institut de Géographie de Lausanne.



Capitolo 2

L'agricoltura peri-urbana

2. L'agricoltura peri-urbana

2.1 Introduzione

L'agricoltura nella società contemporanea viene chiamata a svolgere numerose funzioni che si sommano, e a volta competono, con quella primaria di produzione di alimenti e fibre. Tali funzioni possono essere di natura economica, come le attività turistiche o la lavorazione e la vendita di prodotti trasformati in azienda, ma anche di tipo sociale (aziende didattiche, terapeutiche, agrinidi) o ambientale (biodiversità, cura del paesaggio, gestione idrica). In un contesto come quello peri-urbano, il processo di diversificazione multifunzionale delle attività svolte in azienda, e l'intensità con cui questi processi si manifestano, sono fortemente influenzati dalle relazioni che si stabiliscono tra il tessuto urbano e quello rurale. I rapporti tra città e campagna sono stati storicamente influenzati da una serie di variabili che ne hanno determinato l'intensità e l'effetto prevalente: in primo luogo l'andamento del ciclo economico, ma anche la densità demografica e la crescita della popolazione, la competizione per l'uso dei suoli, l'uso residenziale delle aree rurali.

Durante gli ultimi decenni si è assistito a una profonda ristrutturazione di questi rapporti, non solo come risultato dei cambiamenti intervenuti nel sistema economico, ma anche a seguito del cambiamento degli stili di vita dei cittadini e della nascita di un rinnovato interesse verso i valori tradizionalmente associati alla ruralità, tra cui la bellezza del paesaggio, la salubrità dei luoghi, la presenza di alimenti genuini e di relazioni sociali (Torquati e Giacchè, 2010). Alcuni autori, sostenendo la necessità di superare la dicotomia città-campagna, propongono la definizione di un nuovo modello di organizzazione del

territorio da intendersi come un'unica bio-regione o agro-sistema continuo urbano-rurale (Basile e Cecchi, 1997; Iacoponi, 2004).

Dopo i fenomeni di urbanizzazione tipici del processo di modernizzazione economica e sociale, che hanno investito l'Italia nei decenni tra il Cinquanta e la fine degli anni Settanta, ha fatto seguito un periodo di valorizzazione delle aree rurali come luoghi di produzione e di consumo, che in parte hanno frenato il processo di urbanizzazione e di conseguente spopolamento delle zone rurali del Paese (Fabiani, 2015). Così la stessa ruralità, che nel passato aveva assunto una connotazione di arretratezza e marginalità, contrapposta alla modernità delle aree urbane, ha via via assunto un nuovo significato e una valenza complessivamente positiva, coincidente piuttosto con la presenza di sviluppo diffuso, di aree verdi, di bassa densità abitativa.

In questa contrapposizione tra urbano e rurale, che va sfumando nel tempo, si inserisce e viene osservata con rinnovato interesse l'agricoltura peri-urbana, cioè quella porzione del settore primario e dei comparti produttivi ad esso legato (attività connesse, industria di trasformazione) che si colloca fisicamente nelle zone di alta urbanizzazione e in qualche modo ne occupa gli interstizi, ponendosi anche come ostacolo alla definitiva scomparsa dell'agricoltura in quei contesti.

Nel passato l'esistenza stessa dell'agricoltura peri-urbana veniva considerata come un elemento transitorio, legato alla maggiore o minore intensità dei fenomeni di espansione urbana, ma destinato a soccombere. Oggi, a seguito del rallentamento della crescita demografica nelle città da un lato e della

maggiore attenzione alla esistenza e valorizzazione delle aree verdi dall'altro, si può sostenere che l'agricoltura peri-urbana sia diventata una presenza costante ed importante del tessuto naturale, sociale, produttivo e paesaggistico delle aree urbane (Pascucci, 2008).

Una delle peculiarità fondamentali di questo tipo di agricoltura è la prossimità ai mercati dei fattori della produzione e ai potenziali consumatori. Questa prossimità assume sia una connotazione fisica – legata alla forte concentrazione di operatori economici che caratterizza le aree urbane e peri-urbane – sia una connotazione di tipo organizzativo, in quanto in queste aree le integrazioni con le fasi a monte e a valle del processo produttivo possono essere agevolate e possono realizzarsi con maggiore facilità (Heimlich e Anderson, 2001).

Altra caratteristica dell'agricoltura peri-urbana è il rapporto con il mercato del lavoro: mentre solitamente l'agricoltura prettamente urbana è un'attività hobbistica e dalle chiare caratteristiche dell'attività sociale, l'agricoltura peri-urbana può fungere sia da residenza per lavoratori urbani che risiedono fuori città e che si dedicano solo secondariamente all'attività agricola in senso stretto (pluriattività e agricoltura part-time), ma in altri contesti, specialmente in situazioni di crisi occupazionali del contesto urbano, può dare adito ad un'attività professionale e imprenditoriale vera e propria.

Infine, un aspetto centrale che caratterizza le aziende agricole professionali localizzate in prossimità dei centri urbani è legato alla vasta gamma di servizi che possono offrire direttamente ai consumatori-cittadini, tra cui attività di ristorazione e di ospitalità turistica, attività didattiche e di diffusione della conoscenza delle pratiche agricole, ma anche offerta di spazi verdi e di varie attività per il tempo libero.

Se la multifunzionalità agricola è un tratto distintivo di un numero sempre maggiore di aziende, nel caso dell'agricoltura peri-urbana può assumere caratteristiche che nascono proprio dal sovrapporsi delle funzioni sociali e ambientali del settore primario con il carattere di peri-urbanità, in quanto la collocazione in contesti peri-urbani di fatto stimola queste aziende a restringere o limitare alcune attività secondarie e ad

amplificarne altre, più idonee e richieste dal contesto in cui queste aziende operano. Queste funzioni possono essere legate ai beni pubblici quali, ad esempio, l'importanza della salvaguardia del paesaggio agrario all'interno di un contesto prevalentemente urbano, il mantenimento di un livello accettabile di biodiversità e la funzione didattica a servizio delle scuole e delle comunità urbane, a funzioni associate alla produzione di beni privati o semi-privati quali l'agriturismo (come residenza alternativa per turisti urbani), la vendita diretta in azienda o fuori dall'azienda per i consumatori urbani, funzioni residenziali e di tipo terapeutico a supporto della popolazione urbana.

Nel seguente paragrafo viene offerto un quadro di analisi dell'agricoltura peri-urbana italiana, in cui vengono osservati, in termini comparativi, la struttura, la specializzazione e le strategie di diversificazione delle aziende agricole professionali collocate in prossimità delle principali aree metropolitane del nostro paese¹.

2.2 L'agricoltura nei principali poli urbani italiani

2.2.1 Classificazione delle aziende peri-urbane

Nei sistemi agricoli peri-urbani si possono identificare tre macro-tipologie di aziende (Heimlich e Brooks, 1989). La prima riconduce ad imprese tradizionali che subiscono passivamente l'inglobamento nella sfera peri-urbana e che "assomigliano", più delle altre, alle aziende convenzionali in ambito prettamente rurale. In altre parole, queste aziende non modificano la loro struttura e i loro rapporti con il mercato in seguito all'avvicinarsi della città e al progressivo inglobamento delle aziende in un'area metropolitana. Di conseguenza, il lavoro resta prevalentemente concentrato sulle attività agricole e aziendali e non si avviano processi di diversificazione dei redditi, se non in minima parte.

¹ D'altro canto, in alcuni studi è emerso anche come la propensione alla diversificazione delle attività possa essere inversamente proporzionale alla vicinanza con contesti urbani e, in realtà, essere direttamente legati alla presenza di elementi di attrattività preminentemente rurali (Lange et al., 2013).

Tabella. 2.1 – Tipologie di aziende peri-urbane

Tipologia	Caratteristiche	Allocazione fattori produttivi
Tradizionali	Subiscono passivamente l'inglobamento nella sfera periurbana e non modificano la loro struttura e i loro rapporti con il mercato	Spesso convertono o vendono i terreni, ma l'allocazione degli altri fattori produttivi (lavoro, capitali) rimane nel settore agricolo
Adattive	Subiscono il processo di urbanizzazione ma si adattano ad esso, specializzandosi in produzioni richieste dai mercati urbani ma anche disattivando parte delle produzioni e orientandosi verso attività extra-agricole, grazie alle opportunità offerte dall'ambiente urbano	Ri-orientano la forza lavoro dell'imprenditore (part-time) o di componenti della famiglia (pluriattività) all'esterno dell'azienda, in altri settori economici
Reattive	Reagiscono alle mutazioni del contesto esterno attraverso l'attivazione di forme di diversificazione e valorizzando al massimo la multifunzionalità, sfruttando le richieste di beni e servizi espresse dai cittadini	Mantengono i fattori produttivi in azienda, ma li ri-orientano fortemente verso le attività connesse, cogliendo le opportunità offerte dal mercato e dal supporto pubblico

La seconda tipologia di aziende riunisce quelle unità che subiscono il processo di urbanizzazione ma si adattano ad esso, prevalentemente disattivando le aziende e trasferendo parte della forza lavoro dell'imprenditore (part-time) o di componenti della famiglia (pluriattività) all'esterno dell'azienda, grazie alle opportunità offerte dall'ambiente urbano. In altri casi, le aziende si specializzano in funzione di specifiche produzioni richieste dai mercati urbani come, ad esempio, prodotti di qualità e tipici. Si tratta comunque di un modello evolutivo in un certo senso "guidato" dalle forze esterne all'agricoltura, che dipendono in buona sostanza dalle condizioni socio-economiche del territorio urbano.

Infine, la terza tipologia è quella più reattiva alle mutazioni del contesto esterno e per la quale la diversificazione può assumere, in alcuni casi, peso prevalente. In particolare, si tratta di attività che in parte vengono remunerate dal mercato ma in altri casi vengono sostenute attraverso la politica agricola e di sviluppo rurale (Henke e Povellato, 2012; Henke et al., 2014). Ciò porta a dire che queste aziende non solo sono attente agli stimoli esterni al settore e ai segnali di mercato, ma tendono anche a cogliere più delle altre le opportunità offerte dall'intervento pubblico.

Queste tre tipologie di aziende – tradizionali, adattive e reattive – possono essere di aiuto per comprendere la dinamica delle attività agricole nelle aree peri-urbane. Posto che la pluri-attività e il part-time sono ormai stati classificati come elementi strutturali della composizione del lavoro in agricoltura e che i pro-

cessi di diversificazione sono penetrati nelle aziende agricole, resta ancora da indagare a fondo come e in che misura queste caratteristiche dell'agricoltura si declinano in contesti di peri-urbanità.

Partendo dalla classificazione di queste tre tipologie aziendali, in questo capitolo si è cercato di ricomporre il quadro dell'agricoltura peri-urbana italiana, prendendo in considerazione prevalentemente le aziende "professionali", ovvero quelle che hanno stabili e duraturi rapporti di mercato (aziende con vendita), ed escludendo le tipologia di attività che utilizzano spazi verdi dismessi per attività prevalentemente di tipo sociale, ricreativo e didattico (produzioni per autoconsumo, orti urbani, orti sociali, ecc.).

La classificazione delle aziende peri-urbane italiane, che si basa prevalentemente sul grado di imprenditorialità delle aziende localizzate in prossimità dei centri urbani, è stata effettuata attraverso i dati messi a disposizione dall'Istat con il 6° censimento dell'agricoltura (2010), ed è stata svolta per le sette aree metropolitane di dimensioni maggiori: Torino, Genova, Milano, Monza e Brianza, Roma, Napoli e Palermo (box).

2.2.2 Tipologie aziendali nelle principali aree urbane italiane

Le aree metropolitane analizzate comprendono in totale 95 comuni, alcuni dei quali corrispondono, dal punto di vista amministrativo, alle aree stesse. Come è possibile osservare in Tabella 2.2, la maggioranza delle aziende agricole ricadenti in queste aree, ad eccezione del caso di Genova, appare orientata alla

Metodologia per la classificazione e l'analisi delle aziende peri urbane

Partendo dalla classificazione e mappatura delle aree rurali per il periodo di programmazione 2014 – 2020, l'analisi si è concentrata sulle aziende agricole ricadenti nella tipologia (a) “aree urbane e periurbane”¹. All'interno di queste aree, che comprendono un totale di 135 comuni, sono state selezionate le aree metropolitane di maggiori dimensioni, ovvero i sette poli urbani con un numero di abitanti superiore alle 500.000 unità (Torino, Genova, Milano, Monza e Brianza, Roma, Napoli e Palermo).

Come è illustrato in Figura 2.1, per selezionare le aziende agricole tradizionali siamo partiti da quelle orientate al mercato, selezionando poi le unità con conduttori full-time e nessuna attività di diversificazione (quelle che il censimento definisce come “attività connesse”). Al contrario, le aziende reattive sono state identificate come quelle orientate al mercato, con conduttore full-time e con attività connesse. Infine, abbiamo considerato aziende adattive quelle con conduttore part-time, ed anche le aziende che, pur non essendo stabilmente orientate al mercato, svolgono qualche attività di diversificazione.

Attraverso questa classificazione sono stati analizzati i micro-dati di oltre 4.000 aziende, con un campione composto in larga parte da aziende con vendita e da un numero minore di aziende che, pur essendo classificate dal censimento come non orientate al mercato, mostrano qualche attività di diversificazione rilevante.

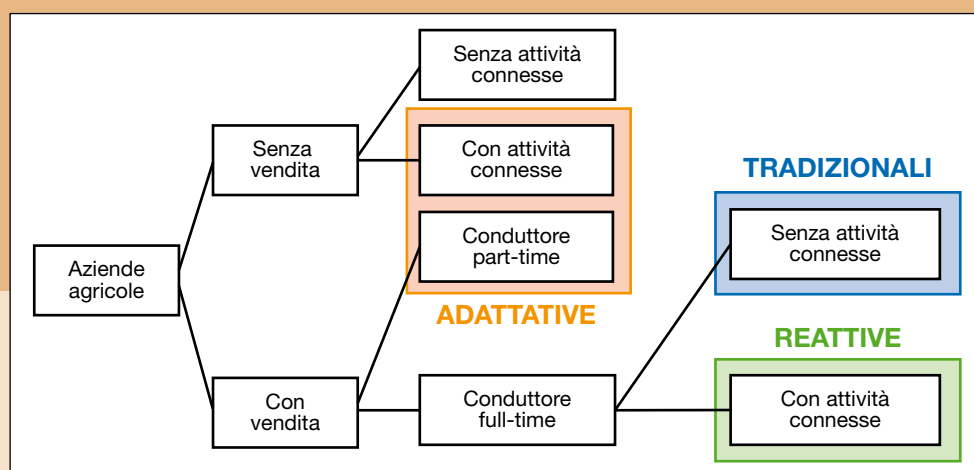


Figura 2.1 – Individuazione delle tipologie delle aziende periurbane

¹ Questa metodologia si basa su una classificazione delle unità amministrative per grado di ruralità ed individua quattro macro-tipologie di aree: a) Aree urbane e periurbane, b) Aree rurali ad agricoltura intensiva, c) Aree rurali intermedie e d) Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo. La macro tipologia a) Aree urbane e periurbane include i capoluoghi di provincia con densità superiore a 150 ab./kmq e con una superficie rurale (in % della superficie complessiva) inferiore al 75% e i gruppi di comuni denominati “prevalentemente urbani”, ovvero quei comuni con una popolazione rurale inferiore al 15% della popolazione totale (Storti, 2014).

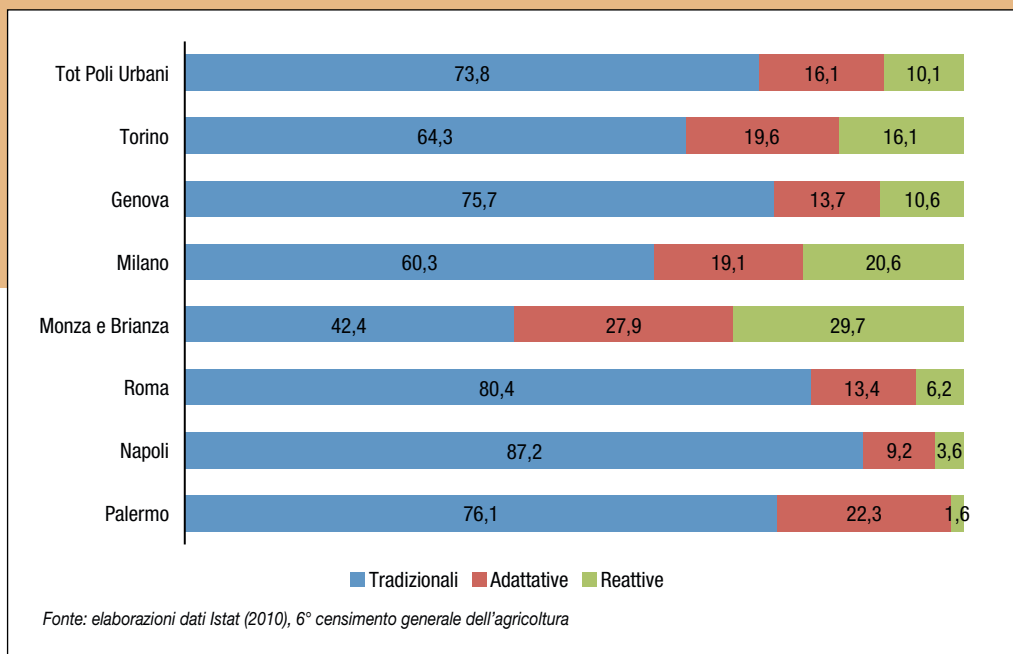
commercializzazione dei prodotti ed effettua qualche forma di vendita. La Sau media aziendale, che supera i 10 ettari, varia molto tra le aziende dei diversi poli, ma soprattutto varia in maniera significativa anche all'interno di ciascun polo tra le aziende con vendita e le aziende senza vendita.

I risultati del processo selettivo delle aziende de-

scritto sopra è riportato in fig. 2.2, che mostra la quota delle tre tipologie aziendali nei sette poli urbani.

Secondo i criteri individuati circa il 74% delle aziende localizzate in queste aree può essere considerato tradizionale, mentre i restanti 16% e 10% possono essere classificati, rispettivamente, adattive e reattive. Questo dato medio cela però importanti

Figura 2.2 – Le tre tipologie aziendali nei principali poli urbani italiani (%)



differenze: in alcuni poli urbani dell'Italia settentrionale si riscontrano percentuali significativamente più elevate di aziende reattive (soprattutto a Monza e Brianza, Milano e Torino), mentre le percentuali di queste aziende particolarmente basse nei poli urbani di Napoli e Palermo.

Come è possibile osservare in figura 2.3, le aziende reattive presentano una Sau mediamente più estesa rispetto alle altre tipologie, con differenze particolarmente marcate nei casi di Milano, Roma e Genova.

La figura 2.4 mostra inoltre come ad un'elevata dimensione fisica corrisponda spesso una dimensio-

Figura 2.3 – Sau media (ha) delle tre tipologie aziendali

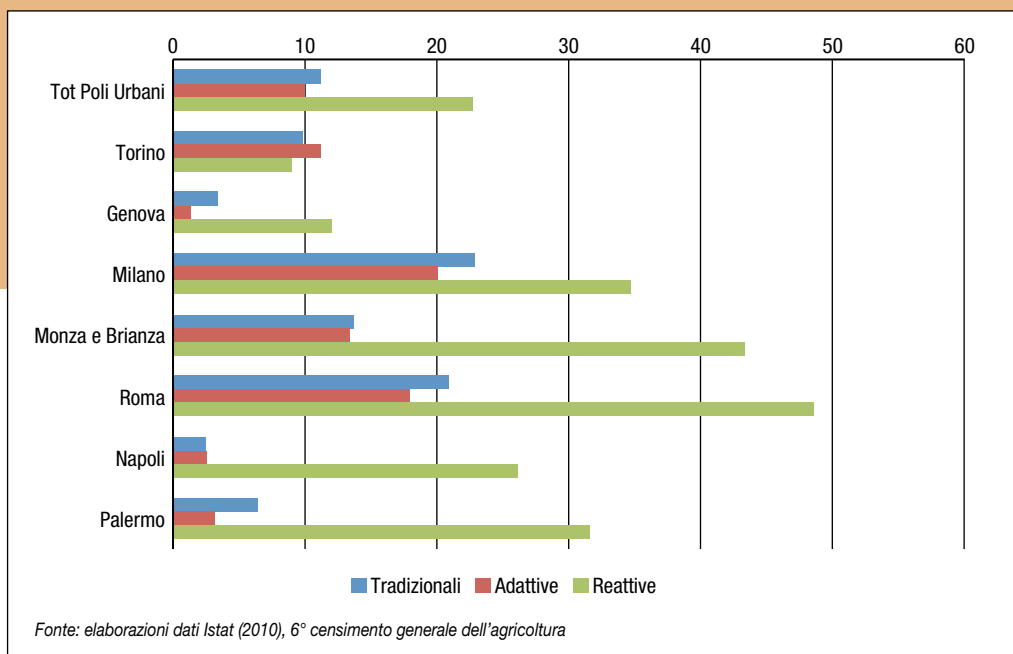


Tabella 2.2 – I principali poli urbani italiani a confronto

	N. comuni	Densità (ab/kmq)	Sau (ha)	Aziende agricole			Sau media aziendale (ha)		
				(n.)	Di cui con vendita (%)	Di cui senza vendita (%)	Totale aziende	Aziende con vendita	Aziende senza vendita
Torino	1	6.710	514	75	74,7	25,3	6,9	8,5	1,9
Genova	1	2.439	1.868	548	40	60	3,4	6,7	1,2
Milano	13	6.032	3.546	149	83,2	16,8	23,8	27,5	5,4
Monza e Brianza	55	2.072	9.684	789	81,7	18,3	12,3	14,1	3,9
Roma	3	2.034	43.872	2.885	59,9	40,1	15,2	22,4	4,5
Napoli	21	7.010	2.014	1.038	76,4	23,6	1,9	2,3	0,8
Palermo	1	4.095	2.461	599	63,3	36,7	4,1	5,5	1,8
Totale Poli Urbani	95	3.234	63.958	6.083	68,5	31,5	10,5	12,4	2,8

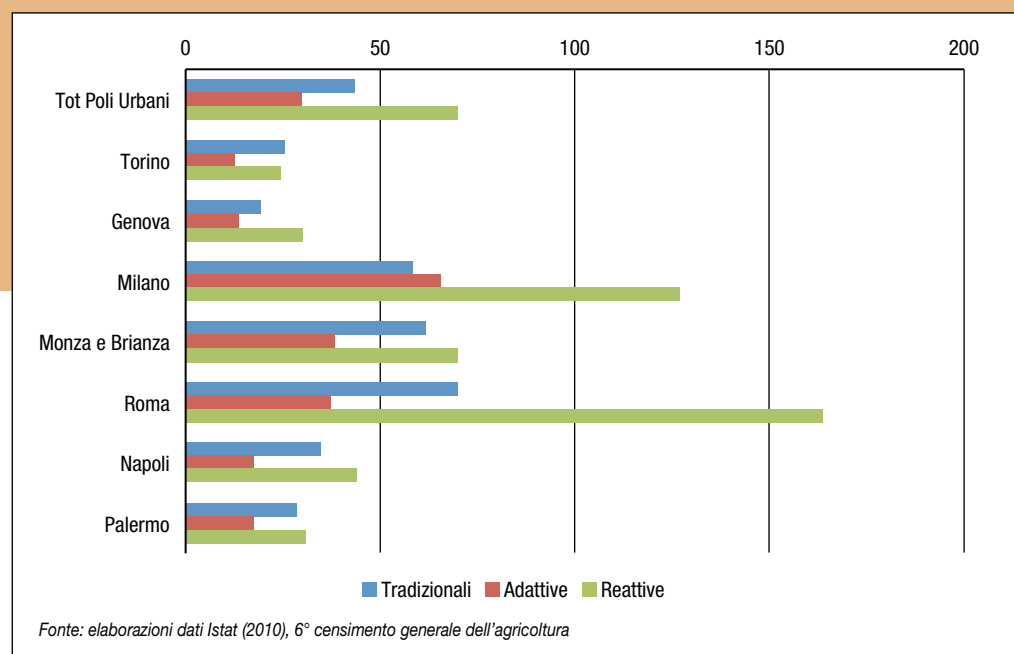
Fonte: elaborazioni dati Istat (2010)

ne economica maggiore, evidenziando come siano soprattutto le aziende medio grandi a mostrare una qualche attività di diversificazione.

La “reattività” delle aziende peri-urbane, ovvero la scelta di affiancare all’attività agricola principale altre attività, sembra spesso essere una scelta imprenditoriale ben precisa, volta ad aumentare la redditività dei fattori produttivi. Dalle elaborazioni dei dati Istat è emerso, infine, come la specializzazione

produttiva (tab. 2.3) per le aziende reattive in molti casi si differenzi rispetto alle altre categorie: spesso si tratta di specializzazioni che consentono di ottenere un valore aggiunto maggiore e che sono tipiche di aziende ben strutturate e orientate al mercato (es. vivai e allevamenti).

Quello che differenzia le tre tipologie aziendali è anche la composizione dei ricavi aziendali. Come è possibile osservare nella tab. 2.4, le attività connes-



Fonte: elaborazioni dati Istat (2010), 6° censimento generale dell'agricoltura

Figura 2.4 – Standard output medio (000 €) delle tre tipologie aziendali

Tabella 2.3 – La specializzazione produttiva più diffusa nelle tre tipologie aziendali

	Tradizionali	Adattive	Reattive
Torino	Floricoltura e piante ornamentali di serra	Floricoltura e piante ornamentali di serra	Vivai
Genova	Diverse colture di seminativi combinate	Diverse colture di seminativi combinate	Diverse colture ortofloricole
Milano	Cereali, piante oleaginose e proteaginose	Cereali, piante oleaginose e proteaginose	Cereali, piante oleaginose e proteaginose
Monza e Brianza	Cereali, piante oleaginose e proteaginose	Cereali, piante oleaginose e proteaginose	Vivai
Roma	Diverse colture di seminativi combinate	Produzione di vini di qualità	Ovini
Napoli	frutta fresca (esclusi gli agrumi)	Frutta fresca (esclusi gli agrumi)	Vivai
Palermo	Agrumi	Agrumi	Bovini

Fonte: elaborazioni dati Istat (2010), 6° censimento generale dell'agricoltura

se offrono un importante contributo al bilancio delle aziende reattive ed adattive, pari rispettivamente al 41,5% e al 17%. La componente del supporto pubblico, che rappresenta una piccola percentuale dei ricavi delle aziende peri-urbane, assume invece un peso differente a seconda della tipologia, con significative differenze anche tra i diversi poli urbani. In particolare la quota del sostegno pubblico risulta particolarmente elevata nelle aree caratterizzate da una elevata presenza di aziende di grandi dimensioni (Monza e Brianza, Milano e Roma) e questo dipende dalla circostanza che questa componente coincida, di fatto, con i pagamenti diretti del primo pilastro della PAC, in quanto le aziende dei poli urbani in molti casi sono state escluse dalle misure del secondo

pilastro. Questo può aver condizionato la capacità dell'agricoltura peri-urbana di intraprendere percorsi autonomi di diversificazione, e probabilmente ha rallentato la capacità di queste aziende di sviluppare ulteriormente processi di diversificazione dei redditi e lo sviluppo di nuove attività ricreative, turistiche e terapeutiche associate al settore agricolo.

Per quanto riguarda più nello specifico le strategie di diversificazione adottate dalle aziende peri-urbane, le aziende del campione che svolgono attività connesse (adattive e reattive) sono 593, corrispondenti al 9,7% delle aziende di questi poli urbani, per un totale di 821 attività. Questa percentuale è sensibilmente maggiore rispetto a quella del totale delle aziende italiane, dove solamente il 4,7% del totale ha

Tabella 2.4 – Composizione dei ricavi aziendali (%)

	Tradizionali		Adattive			Reattive		
	Vendita prodotti	Supporto pubblico	Vendita prodotti	Attività connesse	Supporto pubblico	Vendita prodotti	Attività connesse	Supporto pubblico
Torino	93,9	6,1	93,3	6,7	-	45,3	51,2	3,4
Genova	95,5	4,5	75,2	24,5	0,3	57,3	41,3	1,3
Milano	82,3	17,7	56,6	36	7,4	51,9	43,1	5
Monza e Brianza	86,8	13,2	66,6	25,3	8,1	52,5	41,7	5,8
Roma	91,7	8,3	73,7	12,3	14	54,9	39,8	5,3
Napoli	99,2	0,8	87,1	11,7	1,2	56	43,1	0,8
Palermo	95,2	4,8	88,9	2,1	9	69,7	30,3	-
Totale Poli Urbani	92,1	7,9	77,3	17	5,7	55,4	41,5	3,1

Fonte: elaborazioni dati Istat (2010), 6° censimento generale dell'agricoltura

Tabella 2.5 – Le attività connesse (% aziende)

Attività connessa	Poli urbani	Italia
Sistemazione di parchi e giardini	24,5	4,6
Lavoro per conto terzi – attività agricole	13,4	20,1
Altre attività	9,5	5,3
Agriturismo	8,5	19,5
Trasformazione di prodotti animali	7,8	9,8
Prima lavorazione dei prodotti agricoli	6,3	8,4
Lavoro per conto terzi – attività non agricole	4,9	3,1
Attività ricreative e sociali	4,8	2,3
Fattorie didattiche	3,5	2,4
Trasformazione di prodotti vegetali	3,4	8,1
Servizi per l'allevamento	3,3	2,0
Silvicoltura	2,7	6,1
Lavorazione del legno	2,4	2,9
Produzione di energia rinnovabile	1,1	3,5
Artigianato	1,1	0,7
Produzione di mangimi	0,5	1,0
Acquacoltura	0,2	0,4

Fonte: elaborazioni dati Istat (2010), 6° censimento generale dell'agricoltura

dichiarato di svolgere una o più attività remunerative connesse, una percentuale che corrisponde a 76.000 aziende, per un totale di circa 99.000 attività (Salvioni e Aguglia, 2014). Come mostrato nella tab. 2.5, l'attività maggiormente diffusa tra le aziende peri-urbane è quella della sistemazione di parchi e giardini (24,5%), un'altra differenza sostanziale rispetto al dato nazionale, dove invece sono il lavoro per conto terzi e l'agriturismo le attività connesse più diffuse, attivate da circa il 20% delle aziende.

Infine, i dati del 6° censimento dell'agricoltura dell'Istat consentono anche di individuare le principali strategie di commercializzazione dei prodotti (tab. 2.6). Come atteso la reattività delle aziende si misura anche con la loro capacità di adottare strategie di mercato più innovative come l'e-commerce, unitamente ad una valorizzazione dei prodotti attraverso varie forme di vendita diretta. Se per le aziende reattive queste strategie sono particolarmente rilevanti, per le aziende adattive esse hanno uno scarso peso a causa della scarsa attitudine commerciale

della tipologia. Per le aziende tradizionali assume, invece, una certa rilevanza il canale più convenzionale, ovvero quello della vendita all'ingrosso.

La dimensione e le caratteristiche di ciascuna tipologia aziendale e lo sviluppo delle attività connesse sono il frutto delle interazioni delle specificità strutturali e produttive delle aziende con il contesto sociale e istituzionale locale. Per tale motivo, sono stati analizzati alcuni casi di aziende reattive, che vengono proposti nel prossimo paragrafo. L'analisi delle aziende selezionate, una per polo urbano, ha l'obiettivo di mettere in evidenza alcuni percorsi di diversificazione che possono essere intrapresi da aziende peri-urbane, in modo da individuare gli elementi in comune e le differenze, ma soprattutto per capire in che modo la collocazione in prossimità dei centri urbani possa influenzare e guidare lo sviluppo della multifunzionalità agricola.

2.3 Considerazioni conclusive

I cambiamenti socio-economici che il nostro paese ha subito durante gli ultimi decenni hanno portato ad una profonda ristrutturazione dei rapporti tra città e campagna; questi cambiamenti hanno influenzato non solo gli stili di vita dei cittadini, ma hanno anche determinato la nascita di un rinnovato interesse verso i valori tradizionalmente associati al mondo agricolo e rurale. In questo processo è stata osservata con sempre maggiore interesse l'agricoltura peri-urbana, ovvero quella parte del settore primario che si colloca fisicamente nelle zone di alta urbanizzazione.

In questo capitolo è stata proposta un'analisi esplorativa di questo tipo di agricoltura, osservando in particolare il ruolo delle aziende professionali e orientate al mercato in termini di tipologie aziendali, caratteristiche strutturali e di strategie di mercato, con l'obiettivo di individuare e analizzare i fattori positivi e negativi che influenzano le scelte e i comportamenti imprenditoriali in questi specifici contesti.

L'analisi mostra come, nonostante la maggior parte delle principali aree metropolitane italiane sia caratterizzata da una prevalenza di aziende "tradizio-

Tabella 2.6 – Strategie di commercializzazione dei prodotti (% aziende)

	Tradizionali			Adattive			Reattive		
	e-commerce	Vendita diretta	Imprese commerciali	e-commerce	Vendita diretta	Imprese commerciali	e-commerce	Vendita diretta	Imprese commerciali
Torino	-	63,9	36,1	-	45,5	27,3	9,2	88,9	11,1
Genova	1,8	53,8	55,0	-	45,2	32,3	4,2	66,7	41,7
Milano	1,3	24,1	48,1	4,0	28,0	48,0	7,4	77,8	48,1
Monza e Brianza	2,4	60,3	52,3	3,2	42,3	35,4	3,5	47,3	41,8
Roma	11,8	48,3	30,4	2,6	29,4	24,3	9,2	69,7	38,5
Napoli	1,0	46,3	40,9	2,7	46,6	21,9	24,1	72,4	37,9
F&Ierno	-	22,8	27,2	-	14,1	28,2	-	66,7	33,3
Totale Poli Urbani	2,6	45,6	41,4	1,8	35,9	31,1	8,2	69,9	36,1

Fonte: elaborazioni dati Istat (2010), 6° censimento generale dell'agricoltura

nali”, vi sia anche una quota significativa di aziende “adattive” e “reattive”, ovvero di realtà che hanno modificato sostanzialmente il loro assetto produttivo per far fronte al crescente numero di servizi sociali, economici ed ambientali richiesti dalla popolazione urbana. Quello che emerge da questa analisi è che la “reattività” non è affatto un processo di adattamento di un’agricoltura marginale o in declino, ma piuttosto una risposta attiva di aziende consolidate, generalmente di medio-grandi dimensioni, fortemente orientate al mercato e alla multifunzionalità. La condizione di peri-urbanità per queste aziende è stata, infatti, uno stimolo a diversificare le attività aziendali, in modo da offrire ai consumatori urbani prodotti e servizi non altrimenti reperibili, che vanno poi a costituire fonti di reddito alternative all’attività agricola in senso stretto.

In una visione del modello di agricoltura multifunzionale fatto proprio dall’Unione Europea, la produzione

di beni pubblici, prodotti di qualità e servizi ricreativi e sociali assicurate da queste aziende rappresentano le modalità con cui si può soddisfare una domanda di esternalità positive, integrando, allo stesso tempo, il reddito agricolo. Ed è proprio attraverso la stretta relazione tra produzione di alimenti ed esternalità, con la valorizzazione di tutte le possibili sinergie, che si declinano sul territorio i “modelli di agricoltura europea” su cui si impianta sempre di più la costruzione della politica agricola comune.

Paradossalmente, tuttavia, oggi le politiche pubbliche svolgono un ruolo piuttosto marginale nel favorire i processi di diversificazione dell’agricoltura peri-urbana, mentre va sottolineato con forza che un efficace e mirato sostegno a queste aziende potrebbe non solo incentivare percorsi innovativi di valorizzazione della multifunzionalità agricola, ma anche incrementare l’equilibrio sociale e ambientale tra le città e le campagne.

Bibliografia

- Basile E. e Cecchi C. (1997), Differenziazione e integrazione nell'economia rurale, *Rivista di Economia Agraria*, n. 1-2.
- Fabiani G. (2015), *Agricoltura-Mondo. La storia contemporanea e gli scenari futuri*, Donzelli, Roma.
- Heimlich R.E. e Anderson W.D. (2001), Development at the Urban Fringe and Beyond: Impacts on Agriculture and Rural Land. Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report No. 803, Washington D.C.
- Heimlich R.E. e Brooks D.H. (1989), Metropolitan growth and agriculture: farming in the city's shadow, Economic Research Service USDA, AER n. 619.
- Henke R. e Povellato A. (2012), La diversificazione nelle aziende agricole italiane, *Agriregionieuropa*, n. 31.
- Henke R., Povellato A. e Vanni F. (2014), Elementi di multifunzionalità nell'agricoltura italiana: una lettura dei dati del censimento, *QA – Rivista dell'Associazione Rossi-Doria*, n. 1.
- Iacoponi L. (2004), La complementarità tra città e campagna per lo sviluppo sostenibile: il concetto di bio-regione, *Rivista di Economia Agraria*, n. 4.
- Pascucci S. (2008), Agricoltura periurbana e strategie di sviluppo rurale: una riflessione, *QA – Rivista dell'Associazione Rossi-Doria*, n. 2/2008, pp. 127-151.
- Salvioni C. e Aguglia L. (2014), I numeri della diversificazione in agricoltura, *Agrimarcheuropa*, n. 5.
- Storti D. (2014), L'analisi delle differenze territoriali, in INEA (ed.), Rapporto sullo Stato dell'Agricoltura, Roma.
- Torquati B. e Giacchè G. (2010), Rapporto città-campagna e sviluppo rurale, *Agriregionieuropa*, n. 20.



Capitolo 3

Imprenditorialità e multifunzionalità in aree peri-urbane

3. Imprenditorialità e multifunzionalità in aree peri-urbane

3.1 Introduzione

Recenti studi sul tema della multifunzionalità dell'agricoltura peri-urbana (Vandermeulen et al., 2006; Zasada, 2011) hanno messo in evidenza come la vicinanza dei centri urbani offra alle aziende agricole un complesso insieme di vincoli e di opportunità. I principali vincoli sono legati all'accesso e alla gestione alle risorse naturali, quali suolo, paesaggio, acqua e biodiversità. Infatti, in molti casi le realtà produttive localizzate in contesti altamente urbanizzati si devono scontrare con un maggiore degrado ambientale, con la speculazione edilizia ed il consumo di suolo, con la congestione del traffico e con le conseguenti

difficoltà di spostamento di merci e persone, e non ultimo con l'inquinamento atmosferico e dei terreni. Questi rappresentano alcuni dei principali fattori limitanti alle attività agricole in contesti peri-urbani, che possono avere effetti negativi non solo sulla salubrità e sostenibilità delle produzioni, ma anche sullo sviluppo delle attività connesse.

Allo stesso tempo è evidente come la vicinanza ai centri urbani possa offrire alle aziende agricole numerose opportunità, in quanto la prossimità dei mercati di sbocco, i migliori collegamenti e la presenza di grandi infrastrutture economiche (supermercati e centri commerciali) sono fattori che, se adeguatamente sfruttati, possono stimolare la competitività

Tabella 3.1 – Le aziende peri-urbane “reattive” selezionate

Nome azienda	Polo urbano	Conduzione e forma giuridica	Specializzazione	Dimensione	Manodopera	Distanza dai centro città	Attività connessa principale
Fattoria Roggero	Torino	Diretta, conduzione familiare	Apicoltura	7 ha	2 dipendenti	20 km	Agricoltura sociale
Serre sul Mare & Il pesto di Pra'	Genova	Diretta, conduzione familiare	Orticoltura in serra	2 ha	6 dipendenti	15 km	Trasformazione (pesto)
Cascina Battivacco	Milano	Società agricola, conduzione familiare	Cerealicolo-zootecnico (riso principale coltura)	150 ha	1 dipendente e uno stagionale	8 km	Fattoria didattica
Cascina Bressanella	Monza e Brianza	Diretta, conduzione familiare	Orticoltura	5 ha	2 dipendenti part-time	19 km	Box scheme
Tenuta della Mistica	Roma	Cooperativa sociale	Orticoltura (biologico)	15 ha	6 dipendenti + 1-2 stagionali	10 km	Agricoltura sociale
Masseria del Borro	Napoli	Diretta, Srl	Viticultura (integrato)	16 ha	4 dipendenti + 6 stagionali	13 km	Agriturismo
Azienda agricola apistica Correnti Mariano	Fàlermo	Diretta, conduzione familiare	Apicoltura	2,5 ha	1 dipendente stagionale	18 km	Fattoria didattica

La selezione dei casi di studio e le interviste

I casi aziendali sono stati selezionati sulla base dei seguenti criteri:

- **Localizzazione.** Le aziende selezionate sono localizzate nel polo urbano di riferimento. Mentre in alcuni casi il polo urbano coincide con il comune della città (Torino, Genova, Roma, Palermo), in altri casi il polo urbano corrisponde ad un numero maggiore di comuni. In entrambi i casi è stata data priorità ad aziende fisicamente non troppo distanti dal centro urbano di riferimento, per evidenziare meglio i problemi e le opportunità di aziende “realmente peri-urbane”;
- **Reattività.** Le aziende selezionate presentano accentuate caratteristiche di “reattività”, ovvero sono professionali, orientate al mercato con un forte orientamento alla multifunzionalità. Al contempo si è cercato di selezionare aziende con caratteristiche diverse per quanto riguarda la specializzazione, la dimensione, la localizzazione e le attività connesse presenti in azienda, in modo da coprire un ventaglio abbastanza ampio di tipologie di aziende peri-urbane reattive
- **Filiera corta.** Sono state selezionate aziende che hanno attivato forme di filiera corta (es. vendita diretta, GAS, farmers' markets), che trasformano prodotti aziendali o che hanno sviluppato azioni innovative con le istituzioni (es. ristorazione pubblica). Anche in questo caso si è cercato di coprire il numero più ampio possibile di strategie di vendita legate alla filiera corta.

I fattori delle reattività sono stati analizzati attraverso lo svolgimento di interviste semi-strutturate con gli agricoltori. Attraverso queste interviste si è potuto ricostruire la storia dell'azienda, ma soprattutto è stato possibile indagare in profondità il punto di vista degli agricoltori sulle traiettorie di sviluppo della loro azienda e sui fattori legati alle condizioni di peri-urbanità. Le interviste hanno seguito una traccia comune, che in molti casi è stata arricchita in relazione alle specificità del caso e agli elementi che sono emersi nel corso delle interviste.

e il successo delle aziende. In queste aree vi sono, inoltre, numerose opportunità legate alla valorizzazione della multifunzionalità, innanzitutto per quanto riguarda l'offerta turistica e formativa, i progetti di carattere sociale ed educativo, ma anche riguardo al mantenimento di paesaggi naturali, la gestione del verde e all'offerta di spazi ricreativi ai cittadini.

L'obiettivo è di analizzare nel dettaglio, attraverso sette casi aziendali di successo, i principali fattori di reattività delle aziende agricole peri-urbane. Per raggiungere questo obiettivo sono state selezionate sette aziende professionali, innovative e multifunzionali (un'azienda in ciascun polo analizzato nella sezione precedente: Torino, Genova, Milano, Monza e Brianza, Roma, Napoli, Palermo). I fattori che hanno stimolato la reattività di queste aziende sono stati analizzati attraverso interviste semi-strutturate con gli imprenditori (box).

Attraverso queste interviste si è voluto far emergere il punto di vista degli agricoltori e la loro percezione

sullo sviluppo della loro azienda con una particolare attenzione alle seguenti tematiche:

- Peculiarità delle aziende peri-urbane, ovvero i principali vincoli ma anche le opportunità che offre la vicinanza ai centri urbani;
- I rapporti delle aziende con il mercato di riferimento: strategie di vendita, struttura e specializzazione delle produzioni, ruolo della filiera corta;
- I rapporti delle aziende con il territorio: caratteristiche specifiche dell'area che influenzano le strategie aziendali, progetti di carattere ambientale e/o sociale, rapporti con le istituzioni locali;
- Sviluppo della multifunzionalità: attività connesse presenti in azienda, motivazioni, vincoli e opportunità relative allo sviluppo di attività connesse in ambito peri-urbano. In ciascuna azienda è stata approfondita l'analisi dell'attività connessa principale che è stata selezionata tenendo conto della rilevanza dell'attività (es. attività prevalente in termini di manodopera, fatturato) e dei suoi possibili

sviluppi (azienda non prevalente allo stato attuale ma su cui l'azienda investendo perché considerata strategica).

Come è possibile osservare nella tabella 3.1 esistono notevoli differenze tra le aziende selezionate in termini di specializzazione, dimensione aziendale e attività connessa prevalente. La ricerca di aziende molto diverse tra loro è stata dettata dalla necessità di analizzare un ampio spettro di fattori di reattività, ovvero quei fattori legati non solo alle diverse condizioni di peri-urbanità riscontrate nei diversi poli, ma anche al diverso contesto istituzionale e di mercato nel quale gli imprenditori agricoli si trovano a sviluppare il loro business. Quello che accomuna queste aziende, oltre alla loro condizione di peri-urbanità, è la forte propensione all'innovazione (sociale, istituzionale ed economica) e lo sviluppo di una strategia aziendale fortemente incentrata sulla multifunzionalità e sulla diversificazione aziendale.

3.2 Casi di studio di aziende “reattive”

3.2.1 Fattoria Roggero (Torino)

L'azienda

L'azienda agricola Roggero è localizzata ai piedi della collina di Rivoli, uno dei comuni della città metropolitana di Torino e con essa fortemente integrata per continuità urbana. Negli ultimi anni i comuni della prima cintura di Torino hanno vissuto una fase di espansione e di occupazione del territorio, in senso produttivo, residenziale e sociale della città metropo-



litana stessa. In queste aree l'agricoltura si limita ad occupare territori di corona attorno al grande centro urbano che, a sua volta, rappresenta però un importante mercato di consumo.

La fattoria Roggero è un'azienda agricola di circa 7 ettari di cui meno del 10% in proprietà; i terreni sono localizzati all'inizio della Collina Morenica. Le superfici sono ripartite tra seminativi (4 ha), coltivazioni arboree da legno (2,3 ha) e altri fruttiferi (0,7 ha). L'attività principale però è quella apicola (sono detenute circa 200 arnie) e la produzione di miele e derivati (polline, propoli, cera d'api, pappa reale) è commercializzata presso mercati dei produttori di Campagna Amica Coldiretti (90% del prodotto) e tramite vendita diretta in azienda (10% del prodotto). L'azienda Roggero svolge anche attività didattica; a tale scopo sono presenti in azienda un pollaio e un asino.

L'azienda è un'impresa individuale a conduzione diretta con esclusiva manodopera familiare: sono impiegati il capo azienda, Giuseppe Franco, la moglie Nicla e saltuariamente, i due figli, la cui attività in azienda è strettamente correlata all'attività di produzione della pappa reale. L'impegno è quotidiano nell'arco di tutto l'anno ma si accentua notevolmente durante la primavera e l'estate, quando alla gestione degli alveari si aggiungono le attività di laboratorio (dalla smielatura al confezionamento) e si accentua l'attività di vendita diretta nelle sagre e manifestazioni che si svolgono in molte località della città metropolitana.

L'azienda

Distanza dal centro urbano: 4 km

Specializzazione: Apicoltura

Superficie aziendale: 7 ha

Forma di conduzione: Diretta

Dipendenti: n. 2

Principali attività connesse: Agricoltura sociale, Fattoria Didattica, Trasformazione e confezionamento prodotto

Vendita diretta: In azienda e presso i mercati dei produttori di Campagna Amica Coldiretti

Sito internet: <http://www.fattoriaroggero.it/>

Giuseppe Roggero è nato e cresciuto in una famiglia contadina che si occupava dell'allevamento bovino da carne di razza piemontese. Nel 1996, in seguito alla morte del padre decide con il fratello di dividere l'azienda di famiglia e, mentre il fratello continua l'attività dell'allevamento di Piemontese, lui decide di avviare l'attività apicola. Formalmente la nuova azienda nasce nel 2000 con poche arnie; il principale obiettivo è quello di ottenere produzione di mieli di ottima qualità, nel rispetto della natura della api e dell'ambiente in cui l'azienda opera.

Nel 2003 l'azienda incomincia ad espandersi e viene realizzata dove prima sorgeva una vecchia tettoia facente parte del cascinale di famiglia, la casa familiare con annessi i laboratori per la lavorazione del miele, che comprendono un'area per i maturatori e una per la smielatura, nonché una stanza adibita ad esposizione e vendita del prodotto.

I rapporti con il mercato

Da sempre l'azienda Roggero ha cercato il contatto diretto con il cliente/consumatore; inizialmente vendeva il proprio prodotto solo tramite vendita diretta in azienda, mentre dal 2008 la maggior parte della produzione è commercializzata tramite i mercati dei produttori di Campagna Amica Coldiretti. Si occupa della vendita la signora Nicla Roggero, che oggi presiede cinque mercati pomeridiani nei comuni della città metropolitana di Torino (Villarbasse, Grugliasco, Alpignano, Rosta e Rivoli) e un mercato domenicale in Torino città. A questa attività si aggiungono saltuariamente la partecipazione ad eventi o fiere.

Nei primi anni di attività, una piccola quota di prodotto, circa 2-3 q/anno di miele, era commercializ-

zata tramite le associazioni all'ingrosso, in modo da assicurare che l'intero prodotto fosse venduto in tempo per lasciare vuoti i contenitori in acciaio atti ad accogliere la nuova produzione. Negli ultimi anni, l'azienda ha progressivamente ridotto questo tipo di commercializzazione, fino ad azzerare la vendita all'ingrosso, in quanto riesce a collocare l'intera produzione sul mercato tramite la vendita diretta e i mercati dei contadini.

La scelta di commercializzare il prodotto tramite la filiera corta è dettato dalla filosofia aziendale di instaurare un rapporto diretto con il consumatore sia nel luogo di produzione sia nelle zone urbane. Il fatto di entrare in diretto contatto con i clienti permette all'azienda di far conoscere e assaggiare il proprio prodotto e di poter, quindi, verificare di persona il loro gradimento. Il soddisfacimento del cliente viene constatato anche con l'aumento della clientela grazie al passaparola.

L'azienda, per promuovere la propria attività, partecipa a eventi fieristici e manifestazioni organizzate a livello locale e utilizza social network (facebook e twitter) e un sito internet. Per implementare le proprie opportunità in termini di promozione e comunicazione dei propri prodotti, anche grazie ai nuovi strumenti e alle opportunità resi disponibili da internet e all'uso del digitale, l'azienda Roggero partecipa al progetto strategico denominato #COLturadigitale, avviato nel 2013 da Coldiretti Torino e da UeCoop e rivolto alle imprese e alle cooperative agricole per aiutarle e incentivarle a utilizzare e cogliere tutte le opportunità offerte dai social network per presentare le imprese, le attività, le produzioni, i servizi offerti e la capacità di accoglienza della propria azienda.

I rapporti con il territorio

La famiglia Roggero nella propria attività mostra un grande rispetto alla conservazione dell'ambiente anche attraverso la riduzione dei percorsi tra luoghi di produzione e di consumo (il cosiddetto "KmZero") e allo stesso tempo manifesta una forte volontà di trasmettere la passione per la propria attività, per la cultura della campagna e dei territori rurali.

L'avvio di pratiche di agricoltura sociale rappresenta, inoltre, un ulteriore elemento di unione dell'impre-



sa e del territorio, specie in contesti divenuti profondamente competitivi come quelli dell'area periurbana torinese. Le scelte aziendali, in questo senso, pongono l'azienda al centro dei nuovi processi di cambiamento del rapporto città-campagna, nei quali si affermano valori quali il dialogo, il confronto, l'accoglienza e la disponibilità. Tali processi riposizionano l'attività agricola in una diversa luce nella società, con un aumento della reputazione e della dignità del lavoro agricolo. L'attività sociale intrapresa dall'azienda Roggero ha favorito l'avvio di nuove relazioni sul territorio con associazioni, con il volontariato e con i soggetti pubblici, ma anche con i consumatori e con altri produttori.

In generale, le attività di vendita tramite filiera corta hanno consentito di ampliare la rete di relazioni con i consumatori; questi, che stanno riscoprendo nuove motivazioni e logiche di acquisto, hanno spinto l'azienda ad uscire dal confine aziendale affrontando la sfida del confronto con la società locale, prevalentemente attraverso la partecipazione ai farmer market.

Inoltre, l'attività didattica e la sensibilità alle problematiche sociali fa diventare l'azienda un luogo di aggregazione per l'area. In azienda, infatti, si tra-

smettono le conoscenze e si tramandano le esperienze tra generazioni diverse, dall'adulto agricoltore al bambino o all'adolescente, la comunità locale si può ritrovare, riconoscere e può investire in conoscenze, innovazione e conservazione, qualità della vita, si svolgono attività di educazione ambientale e si sviluppano relazioni improntate allo spirito civico e al mutuo aiuto.

La multifunzionalità

Già all'avvio dell'attività, l'azienda si è dotata delle strutture e dei laboratori necessari ad effettuare la trasformazione e il confezionamento del prodotto in loco. Inoltre, fin da subito è stata avviata la vendita diretta in azienda e pochi anni dopo anche la vendita presso i mercati contadini, ad indicare la sensibilità nei confronti del contatto diretto con il cliente e la voglia di trasmettere la passione del proprio lavoro e la tradizione del mondo rurale.

Giuseppe si occupa principalmente dell'attività primaria mentre Nicla è più attenta alle attività connesse e in particolare alle attività legate alla didattica e all'agricoltura sociale.

Dal 2006 l'azienda è accreditata come fattoria di-

L'agricoltura sociale

Tra le attività connesse in cui l'azienda è stata coinvolta ci sono quelle legate all'agricoltura sociale, si tratta in particolare di esperienze di inserimento lavorativo di soggetti disabili o svantaggiati, tramite borsa lavoro. L'attività si svolge soprattutto in laboratorio o al mercato.

L'impostazione data all'Azienda Agricola, i suoi spazi e i suoi metodi di lavoro e produzione, rispettosi dei tempi naturali legati al susseguirsi delle stagioni, permettono di avere a disposizione una vasta gamma di attività e processi in cui sperimentarsi, rappresentano un ambito privilegiato per realizzare servizi educativi (ad esempio centri estivi per bambini) ma anche per offrire formazione e inclusione lavorativa a ragazzi disabili. Questa scelta consente all'azienda Roggero non solo di essere un importante segmento produttivo del territorio e, grazie alle modalità di coltivazione ed allevamento scelte, di essere in grado di esercitare un valido presidio del terreno, ma anche di contribuire all'erogazione diretta di servizi sociali a beneficio delle fasce deboli di popolazione, contributo che consiste anche nell'inserimento socio-lavorativo di persone a bassa contrattualità. Tali attività sono realizzate in cooperazione con i servizi socio-sanitari e gli enti pubblici competenti del territorio e sottoposte a verifiche periodiche; in particolare tra i progetti di agricoltura sociale che hanno coinvolto l'azienda Roggero si segnalano quelli con:

- il Consorzio intercomunale socio assistenziale di Rivoli, Rosta e Villarbasce (CISA) per l'inserimento di un ragazzo con disabilità con borsa lavoro per 3-4 mesi;
- l'Associazione di Beinasco per l'inserimento di quattro persone con problemi psichici e un ragazzo Down per un anno per tre volte la settimana;

- la Scuola Gobetti per l'inserimento di ragazzi seguiti dal servizio di Assistenza sociale (famiglie in difficoltà) per un anno e mezzo;
- la Cooperativa sociale Valdocco per l'inserimento di un ragazzo con problemi psichici occupato nell'attività di vendita diretta presso il Farmer's Market;
- l'Associazione Progetto Davide Onlus per l'inserimento di persone con disabilità intellettiva con scopo orientativo e socializzante.

Generalmente le persone sono coinvolte sia nelle attività di laboratorio dell'azienda di smielatura, etichettatura, stoccaggio e invasettamento del miele sia fuori dall'azienda, nella vendita del prodotto presso i farmer's market. La principale criticità che l'azienda segnala nella realizzazione dei servizi di carattere sociale è legata alla difficoltà, per chi non è automunito, di raggiungere l'azienda stessa. Infatti, i mezzi pubblici sono saltuari e lasciano comunque a qualche chilometro dalla sede e ciò limita in molti casi la possibilità di raggiungere facilmente l'azienda.

L'azienda ha scelto di avviare progetti di agricoltura sociale spinta da una sensibilità personale verso queste tematiche; con il tempo l'azienda si è resa conto delle grandi opportunità riabilitative che possono essere offerte dall'ambiente naturale, dal lavoro in campagna, dalla dimensione rurale. Il coinvolgimento dell'azienda in tutti questi progetti è dettato anche dalla volontà di offrire servizi sociali aggiuntivi quale ulteriore elemento di distinzione dell'impresa, e di inserirsi in una rete di nuove relazioni sul territorio con altri agricoltori, con le associazioni, con i soggetti pubblici e con i consumatori. Tutti questi progetti hanno favorito contemporaneamente lo sviluppo aziendale, accrescendo la reputazione dell'azienda, le motivazioni e l'orgoglio personale degli addetti, il valore complessivo realizzato dalle attività agricole.

dattica: nella Cascina viene svolta un'attività di accoglienza e di didattica "attiva", che coinvolge gruppi scolastici e di visitatori ai quali vengono mostrate le attività svolte in azienda. Questa attività ha preso avvio con l'esperienza dei centri estivi (40-50 bambini tutti i giorni per 3 mesi) e successivamente si è strutturata con una serie di percorsi volti ad avvicinare bambini, adulti, disabili e anziani al mondo del "miele". Oltre alle visite guidate dedicate alla scoperta di animali e orto, l'azienda offre diversi laboratori didattici per trasmettere passione per la campagna e per la cultura agricola, portando bambini e ragazzi a realizzare opere manuali ben curate dal punto di vista artistico; alcuni esempi di percorso proposti riguardano l'ape e la natura, i fiori; la lavorazione del miele e il percorso "dalla mungitura al gelato". Infatti, nel 2010 l'azienda ha avviato una produzione totalmente artigianale di gelato senza glutine, fatto esclusivamente con produzioni aziendali di latte di vacche di razza bovina Piemontese, di frutta di stagione e dolcificato totalmente con il miele di acacia. Il prodotto è venduto presso l'azienda stessa, i mercati dei pro-



duttori di Campagna Amica Coldiretti o in occasione di fiere o eventi.

Nicla sottolinea come le persone anziane trovino in chi abitualmente fa il mercato un punto d'incontro ed aggregazione sociale, confermando il ruolo dei mercati nella vita sociale delle comunità.

Per quanto riguarda i progetti futuri, l'azienda sta perfezionando le pratiche per realizzare un opificio di trasformazione alcolica del propoli che dovrebbe

essere inaugurato nel corso dell'anno: fino ad oggi la produzione di propoli era invece demandata ad un laboratorio localizzato in Trentino. Inoltre la famiglia Roggero ha in progetto l'apertura di una linea di cosmesi per la creazione di creme a base di cera di produzione aziendale mentre la figlia segue un corso di ippoterapia con l'obiettivo di inserire in azienda anche questo tipo di servizio.

Vincoli e opportunità di un'azienda peri-urbana

L'azienda Roggero è riuscita a superare brillantemente alcune delle criticità che spesso le aziende agricole devono affrontare nelle aree peri-urbane e a coglierne le opportunità.

Per esempio la scelta produttiva di allevare api ha permesso di avvantaggiarsi della frammentazione aziendale che spesso caratterizza le aziende agricole in territorio peri-urbano e, anzi, la possibilità di disporre di superfici con caratteristiche differenti favorisce una produzione diversificata come quella del miele (acacia, rododendro, castagno, flora alpina, tarassaco, etc).

La vicinanza con la realtà urbana ha stimolato l'azienda a rispondere alla crescente domanda di servizi, diversificando la propria attività e introducendo le componenti della didattica in azienda, dell'agricoltura sociale e della filiera corta.

Proprio la vicinanza con il centro urbano ha, infatti, favorito lo sviluppo di filiere corte in mercati locali con alte potenzialità di penetrazione e la vendita diretta in azienda. Si sottolinea, però, la criticità legata ai servizi di viabilità pubblica che non permettono facilmente di raggiungere l'azienda, anche se essa è localizzata a pochi chilometri dai centri abitati. Nello stesso tempo, la leggera lontananza dai centri abitati e dalle strade ha permesso all'azienda di essere meno soggetta ai fenomeni di inquinamento causati da fonti non agricole, e di mantenere un luogo ove poter facilmente svolgere attività ludico-ricreative ad alto valore naturalistico come quelle richieste dai fruitori delle fattorie didattiche. Inoltre, l'azienda Roggero ha attivato progetti di agricoltura sociale con l'inserimento lavorativo di persone in difficoltà e l'offerta di servizi connessi finalizzati al recupero

terapeutico di soggetti socialmente deboli e svantaggiati.

3.2.2 Serre sul Mare & Il pesto di Pra' (Genova)

L'azienda

L'azienda della famiglia Bruzzone opera sulle alture di Pra', un quartiere molto popolato nell'estremo ponente del comune di Genova, dal 1827. All'epoca l'azienda non era assediata dall'urbanizzazione come oggi, ma rientrava nell'ampio contado che circondava Villa Lomellini Doria Podestà, un'azienda agricola di tipo capitalistico la cui proprietà è stata per decenni la più estesa della Liguria.

A Pra', l'azienda della famiglia Bruzzone, così come altre, ha sempre prodotto basilico, la cui coltivazione fino alla metà del diciannovesimo secolo avveniva quasi esclusivamente in pieno campo. Furono le famiglie nobili genovesi che, desiderando disporre di basilico tutto l'anno, favorirono la costruzione delle prime serre, il cui riscaldamento era oltretutto agevolato dalla grande disponibilità di carbon coke combusto proveniente dall'industria siderurgica genovese.

La coltura in serra, inoltre, conferiva al basilico un sapore più delicato, decisamente più idoneo ai palati fini della nobiltà genovese. È molto interessante notare come la perdita di un attributo importante come l'aroma, che oggi verrebbe giudicata negativamente, era attivamente ricercata dai consumatori dell'epoca,

L'azienda

Distanza dal centro urbano: 15 km*

Specializzazione: Coltivazione di basilico e produzione pesto

Superficie aziendale: 2 ha

Forma di conduzione: (diretta/con salariati e 4 coadiuvanti familiari)

Dipendenti: n.6 di cui stagionali: 0

Principali attività connesse: Fattoria didattica, laboratorio artigianale

Vendita diretta: Sì, punto campagna amica in azienda

Sito internet: www.ilpestodipra.com

* Fino al 1926, anno dell'accorpamento di 19 comuni nella "Grande Genova", Pra' era un'entità amministrativa autonoma, dal cui centro l'azienda dista poche centinaia di metri.



al punto da arrivare a modificare le tecniche colturali.

L'avvento della serra ha modificato radicalmente gli ordinamenti produttivi dell'azienda Bruzzone e delle altre aziende che coltivavano basilico a Genova. Non più vincolate dalla stagionalità del pieno campo, le aziende abbandonarono progressivamente la rotazione colturale con gli altri ortaggi, per concentrarsi sulla produzione del cosiddetto "oro verde"¹. Dagli anni cinquanta a oggi la storia dell'azienda Serre sul Mare è di fatto quella di un'azienda specializzata in basilico.

Facendo tesoro dell'esperienza insegnata dalle trasformazioni del passato, i titolari hanno saputo rimanere sul mercato puntando sulla continua innovazione. Serre sul Mare si trova oggi in un contesto completamente urbanizzato e ne costituisce un elemento fondamentale, sia per ragioni storiche che, soprattutto, economiche. Al pari di altre aziende di Pra', Serre sul Mare infatti costituisce un elemento base di una filiera che, prima di raggiungere i mercati nazionali ed internazionali con il prodotto finito, coinvolge esclusivamente realtà locali quali le stesse aziende agricole, ristoranti, gastronomie e consumatori. La titolarità è rimasta sempre in capo alla famiglia Bruzzone sin dalla fondazione. Il legame tra il territorio e l'azienda è molto avvertito dai membri della famiglia, tanto da non poter concepire una professione al di fuori dell'agricoltura: Stefano, il titolare, nel 2001 ha lasciato un lavoro in un'azienda privata per potersi insediare in azienda. Pur non avendo una

formazione specifica in agricoltura, il fatto di vivere a stretto contatto con le realtà aziendali non ha reso per nulla traumatico il suo insediamento.

Con il nuovo assetto societario, Stefano Bruzzone e il cognato, Alessandro Ferrari, rilevano l'azienda di famiglia, beneficiando per questo del contributo del PSR per l'insediamento dei giovani agricoltori. Ne è seguito un periodo di notevole innovazione, che ha portato, nel 2003, alla creazione dell'azienda "il pesto di Pra'", che trasforma il basilico proveniente dall'azienda "sorella" Serre sul Mare. Entrambi i soci hanno mantenuto la contitolarità delle due aziende.

L'azienda agricola insiste su una superficie totale di quasi due ettari, ma la superficie destinata alla coltura del basilico è di 4.500 mq, sotto copertura, che garantiscono una produzione di 6-7 quintali di basilico a raccolta (due volte a settimana). Il resto delle superfici è dedicata all'uliveto, ad un orto per auto-consumo e ad altre superfici aziendali.

Il laboratorio di trasformazione "il pesto di Pra'" è nato ex-novo nel 2003. All'inizio alla trasformazione erano dedicati circa 200 mq, ma recentemente è stata ampliata a 500 mq, grazie ai contributi del PSR.

Le due aziende danno lavoro a 20 persone. Serre sul Mare, l'azienda agricola, occupa 10 persone, di cui 4 coadiuvanti familiari e 6 impiegati a tempo fisso. Di questi, 4 sono uomini. Solo un'impiegata è extra-comunitaria, tre addetti sono invece neo-comunitari.

L'azienda opera in un settore molto competitivo, dominato da prodotti industriali, in cui una realtà artigianale deve puntare sulla continua innovazione di prodotto e processo per rimanere competitiva. I titolari si pongono come primo obiettivo quello di immettere sul mercato *"un prodotto sicuro e fruibile a tutti, nella consapevolezza che per ottenerlo occorre investire in tecnologia e strutture"*. Per questo l'azienda ha investito molto sul contenimento dei costi attraverso azioni di sostenibilità ambientale e sulla salubrità del prodotto. Per esempio, è tra le poche aziende del Parco ad aver avviato la coltura del basilico "fuori suolo", che permette di contenere i parassiti del terreno attraverso l'uso di contenitori (30x50 cm) sterilizzati riempiti di substrato e seminati, che poi vengono trasferiti in serra. Grazie all'installazione di un innovativo sistema di pavimenti riscaldati tra-

¹ Il passaggio è stato molto favorito dall'inasprirsi della concorrenza nel mercato degli ortaggi nel Nord Italia, quando con la crescente infrastrutturazione del territorio nazionale vi sono giunti i prodotti del Sud Italia.

mite caldaie a gas a condensazione è stato possibile abbattere le temperature di riscaldamento dell'acqua da 80°C a 50°C e quindi ridurre i costi di riscaldamento e le emissioni di gas serra. Attraverso un sistema di gestione computerizzato delle condizioni ambientali delle serre, poi, si sono ulteriormente abbattuti i costi e migliorate le rese. Infatti, questo sistema ha permesso, attraverso il controllo puntuale di fattori quali temperatura interna ed esterna, luce, direzione del vento, acqua, umidità esterna e interna, un più accurato controllo delle fitopatologie. L'azienda è, inoltre, dotata di pannelli fotovoltaici da 30 Kwh, che hanno permesso un notevole abbattimento del fabbisogno energetico.

I rapporti con il mercato

L'azienda commercializza la quasi totalità della produzione attraverso la Grande Distribuzione Organizzata e il commercio al dettaglio. Per il prodotto fresco il mercato di riferimento è soprattutto quello regionale, ma i prodotti aziendali raggiungono anche Lombardia e basso Piemonte. Il basilico che non viene destinato alla trasformazione è venduto in buste o in mazzi. Pur essendo dotata di un punto vendita "Campagna amica", a cui si rivolgono soprattutto gli abitanti del quartiere, nelle stime dei titolari solo il 5%

della produzione è esitata attraverso la vendita diretta in azienda. Il pesto e le altre salse hanno, invece, una distribuzione nazionale.

L'azienda ha voluto favorire i canali tradizionali rispetto alla vendita diretta in quanto i primi permettono una programmazione delle produzioni e quindi una gestione delle scorte più ragionevole, cosa fondamentale trattandosi di prodotti freschi.

La promozione dei prodotti è affidata soprattutto alla fiera di settore, sia a valenza nazionale che internazionale (Tuttofood, *World food exhibition*) ed eventi enogastronomici (*Slowfish*, Salone del Gusto), alle quali "il pesto di Pra" partecipa assiduamente. L'azienda dedica una grande attenzione anche al sostegno di eventi locali, tramite sponsorizzazioni mirate (eventi sportivi, manifestazioni culturali). Il rapporto con i consumatori è coltivato attentamente, attraverso il sito internet, la *newsletter* e la pagina Facebook; quest'ultima è anche l'unico mezzo che l'azienda ha per ricevere un *feedback* direttamente dai consumatori. Le relazioni con i consumatori sono sicuramente favorite dai *social network*, che vengono utilizzati in modo innovativo: organizzando, per esempio, concorsi culinari *on-line*. Vengono anche organizzati eventi gastronomici in azienda, in particolare vi si tengono incontri e laboratori divulgativi rivolti ai consumatori, ai professionisti del settore e, ultimamente, ai *foodblogger*. Molto spesso i vari punti vendita *Eataly* ospitano laboratori di degustazione del pesto.

Se da un lato, quindi, l'azienda appare molto ben integrata nel tessuto sociale ed economico locale, per via del legame storico che la vincola al quartiere, che le è letteralmente cresciuto attorno, dall'altro si mostra anche perfettamente inserita nel panorama gastronomico nazionale, mostrandosi estremamente abile nel promuovere l'azienda grazie all'"iconicità" del pesto, forse la salsa cruda più consumata al mondo.

Nel settore degli alimenti crudi il mercato richiede soprattutto genuinità e sicurezza del prodotto, per questo buona parte delle innovazioni introdotte nei processi produttivi dell'azienda vengono incontro a questa esigenza: come si è visto, nella fase produttiva si è ridotto al minimo l'uso di input chimici per il controllo fitoiatrico, mentre la fase produttiva è carat-



terizzata da uno stretto controllo lungo tutta la linea e dall'utilizzo di tecnologie d'avanguardia.

I rapporti con il territorio

Trattandosi di un'azienda storica, il legame con il territorio è molto sentito dai titolari, la cui famiglia risiede e opera nel quartiere di Pra' da almeno quattro generazioni. Tale legame si manifesta con l'appoggio come sponsor alle iniziative culturali e sportive che si svolgono nel quartiere. Anche l'adesione al progetto "Campagna Amica" è vista come un mezzo per divulgare sul territorio un insieme di valori, tra cui il sostegno agli agricoltori locali e il consumo di prodotti del territorio. Con il conseguimento della DOP da parte del basilico genovese, avvenuta nel 2005, si è costituito un consorzio di Tutela di cui logicamente anche "Serre sul mare" e "Pesto di Pra'" fanno parte. La partecipazione al Consorzio ha, per i titolari, valenza a livello promozionale, in quanto garantisce, tramite un rigido disciplinare, che la coltivazione e la raccolta avvengano secondo i criteri tradizionali.

In seguito al riconoscimento della DOP, nel quartiere di Pra' si è costituito il Parco del Basilico. Si tratta di un partenariato che coinvolge soggetti pubblici e privati, oltre che naturalmente i produttori del pesto che operano nel territorio delle delegazioni del Levante Genovese e i comuni limitrofi. Benché attualmente in fase di stallo per via della soppressione della Provincia di Genova e per l'esaurirsi delle disponibilità finanziarie, il Parco ha avuto il merito di promuovere il basilico e il pesto in un'ottica territoriale, favorendo, quindi la realizzazione di reti tra i diversi anelli della filiera (produttori, trasformatori e consumatori) e gli altri attori dell'agricoltura locale (aziende agricole, società di sviluppo, enti di ricerca). Per l'azienda di Bruzzone e Ferrari si tratta di un'altra importante occasione di collaborazione con i soggetti della filiera del basilico. Uno dei risultati più significativi di questa *partnership* è stato, nella programmazione 2007-2013, il progetto integrato "il parco del basilico" grazie al quale l'azienda ha potuto beneficiare del sostegno necessario per l'ammodernamento delle serre e del laboratorio di trasformazione. L'azienda di Bruzzone e Ferrari era partner del progetto che aveva, tra gli altri, l'obiettivo di integrare i singoli



investimenti delle aziende del Parco in un'ottica di sviluppo sostenibile. "Il pesto di Pra'" ha beneficiato di una serie di finanziamenti per l'ammodernamento dei locali di trasformazione e della linea del pesto.

Attraverso il Consorzio di tutela del Basilico DOP i risultati delle ricerche vengono trasferiti alle aziende. Serre sul Mare è stata per esempio coinvolta in una collaborazione tecnica con il Centro Regionale di Sperimentazione e Assistenza Agricola (CeRSAA) della Camera di Commercio, in particolare su alcuni aspetti critici della coltura del basilico, *in primis* la sua sostenibilità ambientale.

Sia l'esperienza con il CeRSAA sia l'adesione al progetto integrato si configurano come collaborazioni *una tantum*, favorite per lo più dall'adesione a una rete collaborativa di ordine superiore. L'impegno in prima persona dei titolari dell'azienda si concentra soprattutto sulle collaborazioni di tipo commerciale, tra cui quella con Campagna Amica e Eataly.

La multifunzionalità

Serre sul mare è un'azienda multifunzionale, in primo luogo, perché è dotata di un punto vendita Campagna Amica per la vendita diretta del Basilico e dei prodotti de "il Pesto di Prà". L'importanza del mantenimento di tale presidio commerciale non può essere valutata in termini economici, in quanto la quantità di prodotto esitata sul totale è minima, quanto piuttosto in termini "etici" (Stefano Bruzzone parla di "*scelta ideologica*"): i titolari assegnano un grande valore alla capacità aggregativa dell'iniziativa Campagna Amica: "Oltre che essere un modo per

Il laboratorio artigianale

Come si è visto, “Il pesto di Pra” non è un’attività connessa a “Le serre sul mare” essendo un soggetto economico a se stante, tuttavia non è possibile separare le due realtà per l’evidente motivo che l’ingrediente principale del pesto proviene dall’azienda agricola.

L’adesione al marchio del Consorzio del Pesto Genovese garantisce l’uso esclusivo delle materie previste dal Disciplinare di Produzione con l’impiego dei sette ingredienti e della ricetta tradizionale. Attualmente, oltre al pesto, l’azienda produce anche salsa di noci e pesto rosso. L’innovazione del prodotto è continua non solo in termini di ampliamento della gamma ma anche di packaging: la ricerca di soluzioni alternative ha portato l’azienda a ideare una confezione da 150g che ricorda la forma di un mortaio.

Il laboratorio artigianale è sorto nel 2003 per volontà dei titolari, che intendevano da un lato dare seguito all’attività di famiglia completando la filiera del basilico e dall’altro garantire, mediante uno stretto controllo della materia prima, la qualità e la genuinità degli ingredienti. Bisogna anche notare che uno sbocco commerciale sicuro al prodotto fresco evita all’azienda di incorrere nei problemi che incontrano le aziende che chi si limitano a produrre basilico fresco in fase di distribuzione: rischio di invenduto o, all’opposto, impossibilità di far fronte agli ordini. La realizzazione dell’impianto ha beneficiato di un contributo del PSR 2000-2007, che ha anche finanziato il primo ampliamento delle serre. Laboratorio e serre si integrano negli spazi aziendali in modo armonioso. Il fatto che il basilico destinato alla trasformazione si sposti sempre all’interno di locali aziendali garantisce inoltre agli addetti uno strettissimo controllo della produzione. Questo è un elemento fondamentale nell’ottica dei titolari, che pongono particolare attenzione alla sicurezza alimentare.

Il laboratorio è stato ampliato con il contributo del PSR 2007-2013 (misura 123- Accrescimento del valore aggiunto dei prodotti agricoli e forestali). In totale sono stati investiti 1,4 milioni di euro: oltre all’aumento delle superfici, il finanziamento ha permesso all’azienda di dotarsi di attrezzature più moderne per la lavorazione delle materie prime, al fine di garantire la salubrità del prodotto finito. Con il contributo del PSR è stato anche possibile aderire allo standard BRC/IFS, lo standard globale per la sicurezza alimentare nella grande distribuzione.

offrire prodotti garantiti, il marchio campagna amica riunisce gli agricoltori attorno a un set di valori condivisi. Nella visione dei titolari, quindi, il marchio “è uno strumento che permette di divulgare i valori in cui crediamo: sostenibilità del prodotto, legame con il territorio, genuinità...”. In secondo luogo, l’azienda svolge un’attività di fattoria didattica. Mediamente nel corso dell’anno accoglie una classe a settimana. I titolari assegnano una grande valenza culturale a questa attività, in quanto mezzo privilegiato per fare conoscere la coltivazione del basilico e il suo legame con il territorio. I ragazzi in visita assistono al processo produttivo, dalla raccolta alla trasformazione e al confezionamento e alla fine possono provare a fare il pesto al mortaio. L’adesione al circuito delle fattorie didattiche non ha comportato particolari investimenti in azienda, se non il tempo necessario a seguire il

corso di formazione per operatori di fattorie didattiche previsto dalla normativa regionale.

Vincoli e opportunità di un’azienda peri-urbana

La coltura del basilico si è sviluppata nel Ponente Genovese per via delle particolari condizioni del territorio e del contesto produttivo. La peculiarità delle produzioni e il loro elevato valore aggiunto hanno fatto sì che l’agricoltura della zona resistesse meglio all’urbanizzazione massiccia che ha interessato la costa ligure a partire dagli anni ‘60. Tuttavia, oggi le aziende si trovano immerse in un contesto urbano con il quale devono convivere. Fortunatamente, essendo la zona classificata come agricola dal Piano Urbanistico Comunale, le aziende non sono soggette a particolari vincoli strutturali. Per quanto riguarda le

aziende di Bruzzone e Ferrari, le maggiori difficoltà nell'operare in un contesto molto urbanizzato risiedono nella difficoltà di mantenere “*rapporti di buon vicinato*” con gli abitanti. L'azienda sorge infatti in una zona ad alta densità abitativa in cui alcune operazioni (carico/scarico delle merci, manutenzione e ammodernamento degli impianti) possono arrecare notevole disturbo, oltre che costituire una fonte di costi aggiuntivi. L'azienda oltretutto sorge in una posizione molto poco strategica, proprio sopra il viadotto dell'autostrada, ed è raggiungibile solo attraversando un ponte molto stretto. Tuttavia, i titolari hanno cercato di ottenere il massimo da una situazione così “scomoda” favorendo il più possibile lo sviluppo armonico dell'azienda con il territorio: serre e laboratorio appaiono perfettamente integrate sia con la città sia con il limitrofo contesto agricolo.

L'azienda ha conosciuto, negli ultimi quindici anni, una fase di notevole espansione, guidata soprattutto da un'innovazione continua. Tali innovazioni si sono sviluppate lungo le linee guida della salubrità alimentare e della sostenibilità ambientale. L'azienda intende proseguire lungo questa strada, ma con una maggiore attenzione alla sostenibilità economica e alla competitività. In primo luogo, cercando di produrre di più sulle medesime superfici: il trasferimento delle innovazioni della ricerca tecnologica e fito-patologica può sicuramente rispondere a questa esigenza.

3.2.3 Cascina Battivacco (Milano)

L'azienda

A poche centinaia di metri dagli ultimi palazzi della periferia di Milano si erge la Cascina Battivacco, centro aziendale della Società Agricola Fedeli, inserita nel contesto del Parco Agricolo Sud Milano. Situata alla fine della via Barona, era già esistente nel 1100 come monastero di Battivacco, un complesso rurale organizzato principalmente intorno a una corte quadrilatera, con edifici prevalentemente in muratura di mattoni pieni, con solai piani e tetti a capanna.

Il Parco Agricolo Sud Milano interessa circa sessanta comuni del milanese collocati in un territorio agricolo tra i più produttivi d'Europa, ma anche ricco di storia, cultura e natura. Attraverso 26 Punti, l'en-

L'azienda

Distanza dal centro urbano: 1 km
Specializzazione: orientamento cerealicolo-zootecnico.
Superficie aziendale: 150 ettari
Forma di conduzione: diretta con salariati; full time
Dipendenti: n. 2 di cui stagionali 1
Principali attività connesse: Fattoria didattica, vendita diretta e agriturismo con offerta di ospitalità
Vendita diretta: in azienda, grande distribuzione
Sito internet: http://www.cascinabattivacco.it/

te gestore del Parco favorisce la fruizione culturale e ricreativa dell'ambiente e l'educazione ambientale².

L'obiettivo generale dei Punti Parco è avvicinare il Parco ai cittadini milanesi, costituendo dei presidi in luoghi visibili e frequentati, e aprire un nuovo, diffuso e diretto canale di comunicazione e di partecipazione, anche con la distribuzione di materiale divulgativo (volantini, opuscoli, libri) e le iniziative dirette che si svolgono nel territorio del Parco.

La superficie aziendale della Cascina Battivacco, coltivata principalmente a riso, si estende su circa 150 ettari. L'adozione di tecniche di coltivazione eco-compatibili e la buona qualità ambientale dell'acqua di irrigazione, proveniente dal Ticino attraverso il Naviglio grande, crea la base di una produzione risicola di elevata qualità e rispettosa dell'ambiente. Ad esempio, la superficie utilizzata viene periodicamente interessata dalla rotazione culturale, antica e naturale tecnica di controllo di alcune erbe infestanti tipiche della risaia.

La produzione di riso è stimata in 15.000 piatti di riso al giorno e quasi tutto è destinato a grandi confezionatori; ma una parte viene lavorata dalla riseria Camisani e venduta direttamente nella bottega aziendale³.

In azienda si pratica l'allevamento di capi da carne di razza Limousine, con l'utilizzo della linea vacca-

² In particolare si ricorda un progetto di formazione agli insegnanti per la creazione di una cultura di rete (il progetto IdEA), il network tra docenti dal nido al liceo, la rete tra tecnici/punti parco e insegnanti.

³ <https://ciboprossimo.wordpress.com/2013/12/07/il-riso-di-milano-della-cascina-battivacco/>

vitello, ed un piccolo allevamento di galline ovaiole.

Circa venti ettari della superficie aziendale sono destinati alla produzione di foraggio per i bovini da carne, alimentati con fieno e farina di mais prodotta dall'azienda e allevati nel rispetto delle norme vigenti, con particolare attenzione al benessere animale.

L'azienda, per scelte proprie, non fa produzione biologica, ma tutte le coltivazioni sono condotte con metodi tradizionali e attenti all'ambiente. "Se tutti facessero biologico cosa troveremmo sul mercato a livello quantitativo e a quali costi? Chi riuscirebbe a mangiare? L'aspettativa è che la ricerca ci aiuti a produrre meglio e con sempre meno chimica". Questo è il pensiero della titolare, che in questo modo vuole garantire un'offerta alla città di Milano di carne e altri prodotti a chilometro zero (l'azienda si trova a meno di un km dal centro della città).

La fattoria è da sempre a conduzione familiare.

Dal 1965 i suoceri degli attuali titolari, con alle spalle una tradizione agricola familiare, sono affittuari del terreno e del fondo dove sorge la cascina. Oggi l'azienda è condotta da Lucia Nordio e dal marito, Angelo Fedeli, coadiuvati dai loro due giovani figli, che hanno scelto di seguire le orme delle generazioni precedenti, prendendo a mano a mano sempre maggiori responsabilità e acquisendo adeguate competenze in agricoltura. I conduttori si avvalgono anche della collaborazione di alcuni salariati per lo svolgimento delle attività agricole; nel dettaglio prestano la loro attività due membri della famiglia, un dipendente assunto a tempo pieno e un salariato stagionale.

Il ruolo della famiglia è stato fondamentale per l'i-

nizio di questa esperienza imprenditoriale: il suocero proprio nel '65, quando i figli erano ancora piccoli, ha stipulato il primo contratto di affitto con l'Ospedale Maggiore di Milano (oggi Fondazione Ca'Granda). Si occupava direttamente della parte agricola e i figli davano una mano in cascina; già allora era normale in questa azienda la vendita diretta gestita dalla moglie e c'era la produzione del latte. Oggi, invece, l'orientamento zootecnico è volto alla produzione di carne e di uova di galline allevate a terra.

La vendita della carne è uno dei punti di forza dell'impresa, tanto che si sta trasformando quella che era la linea vacca-vitello in una produzione dedicata al fabbisogno della bottega. Si cerca quindi di seguire l'animale dalla nascita grazie alle venticinque fattrici presenti, mentre i vitelli e i vitelloni vengono macellati in un macello autorizzato e poi venduti nello spaccio aziendale.

Particolarità importante di questa azienda è che non è mai stata proprietaria dei terreni e delle strutture in cui opera, ma ha da sempre preso in affitto tutte le superfici principalmente da enti pubblici.

Nel 2010 il Parco Agricolo Sud Milano ha conferito all'azienda il marchio "Azienda Agricola – Produttore di Qualità Ambientale".

I rapporti con il mercato

Nel 2013, in coerenza con la storia della Cascina, l'azienda ha avviato la vendita diretta dei propri prodotti adattando parte della corte casa padronale a bottega, dando quindi continuità a una tradizione di famiglia di rapporto diretto con il consumatore.

Per farsi conoscere, oltre che il passaparola, sono stati utilizzati i principali social network e una scrupolosa raccolta dati durante le degustazioni organizzate, così da creare una mailing list che garantisce aggiornamenti costanti ai clienti sempre più fidelizzati. In bottega è impegnata la fidanzata del secondo figlio per garantire una presenza costante in questa realtà familiare allargata.

La scelta di aprire un punto vendita all'interno della cascina è motivata principalmente dalla volontà di diffondere e valorizzare la produzione agricola del territorio attraverso il contatto diretto con il consumatore. In particolare, nell'area peri-urbana di Milano



tale scelta assume ancora più valenza perché permette di “toccare con mano” una produzione agricola così radicata e genuina e trasmette la cultura di una sana alimentazione, come tramandata dalle buone pratiche, integrandola con l’approccio a km 0 e quindi con una sostenibilità economica, sociale ed ambientale.

Nel punto vendita il prodotto aziendale principale è la carne bovina, ottenuta da capi provenienti esclusivamente dall’allevamento aziendale e alimentati con fieno e farina di mais prodotti dall’azienda. Gli altri prodotti principali sono il riso, in particolare il Carnaroli, ideale per i risotti di alta cucina e della tradizione milanese, le uova e una selezione di verdure di stagione provenienti dal piccolo orto presente in fattoria.

È anche possibile trovare altri prodotti sia freschi sia lavorati provenienti da imprese agricole che trasformano e producono nell’hinterland di Milano, o che fanno parte del circuito del Parco Agricolo Sud Milano.

Tutto ciò che è possibile acquistare in bottega è un prodotto a chilometro zero, nato da un accurato lavoro e da precise scelte agronomiche volte a mantenere la fertilità della terra, coltivato o in cascina o dagli agricoltori che vivono e lavorano nell’area peri-urbana di Milano. L’offerta si compone, quindi, di due liste, “i nostri prodotti” e “Il meglio dal Territorio”. In questa seconda lista sono collocati i prodotti “esterni”, derivanti o da altri produttori del Consorzio DAM o da aziende agricole riconosciute dal Parco Agricolo Sud Milano come “Produttore di Qualità Ambientale”, un marchio assegnato alle aziende impegnate a realizzare azioni a favore dell’ambiente e del territorio⁴. Ci sono poi delle piccole eccezioni legate alle richieste della clientela, come ad esempio le mele, prodotti che non possono essere coltivati in



questi territori e che quindi vengono fatti arrivare da altre zone lombarde.

La cascina offre anche la possibilità di procedere all’acquisto di una Carta Regalo che permette di scegliere i prodotti direttamente nella bottega aziendale. L’acquisto della carta può essere effettuato direttamente in bottega o attraverso una mail. Con la carta è possibile anche acquistare altri servizi offerti dalla cascina, come ad esempio i corsi di equitazione.

È attivo un servizio di acquisto diretto di cestini natalizi, componibili secondo i gusti dell’acquirente. È possibile, sempre nel periodo natalizio, acquistare, come offerta speciale, il sacchetto di Natale, da 1 o 2 kg di riso della produzione interna o una confezione speciale sottovuoto, sempre di riso, da 1 kg.

In collaborazione col Distretto DAM è stata intrapresa un’attività di vendita del riso su ampia scala presso un’importante catena di supermercati e si sta pensando di ampliare l’offerta merceologica inserendo anche ortaggi, quali ad esempio zucchine.

Attualmente sono, inoltre, in corso i lavori di riqualificazione di alcuni immobili per l’ospitalità in minialloggi e per uso di locanda, per la somministrazione diretta, seppure per porzioni ancora limitate e per i soli utilizzatori delle strutture.

⁴ I prodotti de “Il meglio dal Territorio” sono: miele (con un produttore della città di Milano, con arnie distribuite in aree protette o naturali di Lombardia e altre regioni), verdura (secondo disponibilità stagionale), fiori (secondo disponibilità stagionale), latticini (ricotta, primo sale, caciotte, yogurt), salumi (freschi e da cuocere) e confetture. Infine, completano questo paniere altri prodotti, comunque lombardi, come il succo di mela e l’aceto di mela, provenienti dalla Valtellina, e vini locali spesso considerati minori (Buttafuoco, Bonarda, Croatina).

I rapporti con il territorio

La cascina Battivacco rappresenta molto bene la radice tradizionale agricola della “zona Barona”, racchiusa nell’area periferica della città di Milano, tra il Naviglio Grande e il Naviglio Pavese. Le distese di risaie e la stalla fanno intuire immediatamente la vocazione dell’azienda che ha un orientamento cerealicolo-zootecnico. Ma soprattutto, il riso s’inserisce fortemente nelle tradizioni e nelle colture tipiche di questo territorio, ricco di acqua, e i centocinquanta ettari che circondano la cascina creano una cornice ben definita, rappresentativa della pianura a sud del capoluogo lombardo.

Questo terreno è irrigato utilizzando le acque provenienti dal Naviglio Grande che scorre a poca distanza ed è sistematicamente interessato dalla rotazione colturale (mais, soia, frumento, orzo, ecc.), che permette di preservare la ricchezza naturale dei campi e, assieme a pratiche di coltivazione eco-compatibili, garantisce una produzione risicola di qualità e rispettosa dell’ambiente.

La Società Agricola Fedeli fa parte del Consorzio DAM (Distretto Agricolo Milanese), che persegue lo scopo, d’intesa con il Comune, la Provincia e la Regione, di valorizzazione l’agricoltura del milanese, di tutela dei beni comuni, del suolo e delle acque, e di riqualificazione paesaggistico-ambientale della zona, a partire dal ricco patrimonio di cascine e centri aziendali esistente. Più precisamente, nel 2011 Cascina Battivacco, insieme ad altre 30 aziende agricole e di trasformazione del comune di Milano per un territorio complessivo di circa 1500 ettari, ha partecipato alla costituzione della società consortile-cooperativa agricola “Consorzio DAM”, con l’obiettivo di valorizzare le attività agricole e sostenere le imprese del settore primario operanti nel comune di Milano. Dal 2012 il Consorzio DAM è un interlocutore privilegiato per la neo ruralizzazione del milanese, perché la città torni in qualche modo a essere una “città di campagna”.

Il rapporto con l’amministrazione pubblica comunale è da sempre centrale per l’azienda, che ha avuto in passato, e continua ad avere, forme di collaborazione molto varie, aumentando sempre di più il suo rapporto con il capoluogo meneghino. Sono state



stipulate diverse convenzioni per le iniziative educative e la speranza è che possano estendersi anche ad altri settori quali ad esempio la manutenzione del verde pubblico.

Diversamente, dal punto di vista del supporto pubblico, l’azienda agricola non ha mai fatto richiesta di contributi tramite domanda PSR né ha mai avuto finanziamenti da parte della pubblica amministrazione, ma ha solo beneficiato dei pagamenti diretti agli agricoltori nell’ambito del regime di sostegno previsti dalla Politica Agricola Comune.

La Cascina Battivacco è molto impegnata nella difesa del Parco Sud e nella divulgazione della “cultura agricola”. Ad esempio, è inserita nel progetto “Via Lattea 2011” del Fai, nel Percorso Parco delle Risaie, che descrive la zona alla periferia sud-ovest di Milano, come area di interregno, in cui mondo agricolo e mondo cittadino si fondono. Si tratta di una zona agricola in pieno milanese in cui ancora è possibile toccare la tradizione e la fatica del mondo contadino legato alla coltivazione del riso. Gli abitanti della zona, i contadini, i coltivatori, hanno preparato questo progetto che prevede non solo la salvaguardia dell’ambiente, ma anche la possibilità di offrire al resto della cittadinanza un luogo di svago, natura e tradizione, per poter assaporare quello che è stato il mondo agricolo della bassa milanese⁵.

La Cascina Battivacco è riportata nel portale Lombardia Beni Culturali, dove vengono pubblicati i profili

⁵ <http://www.faiyalattea.it/it/cascina-battivacco/>

dei principali istituti di cultura lombardi, quali musei, archivi e biblioteche e le descrizioni dei beni diffusi sul territorio.

Presso la Cascina si è poi svolta la giornata inaugurale dell'evento "La Strada del Riso", un percorso che illustra tutte le fasi di coltivazione del riso, dalla preparazione dei campi alla raccolta. L'itinerario guidato "La Strada del Riso" che si sviluppa tra le cascine del Parco delle Risaie nel Parco Agricolo Sud Milano è stato realizzato in collaborazione con DAM (Distretto agricolo milanese) per Expo 2015. Al termine della visita, è possibile degustare un risotto e i prodotti tipici della Cascina⁶.

La Cascina, inoltre, è inserita nei circuiti di Campagna amica e Terranostra.

6 <http://www.parcodellerisaie.it/it/strada-del-riso>

La multifunzionalità

L'attività della cascina è stata diversificata dal 2008, quando dalla sola agricoltura si sono aggiunte attività e servizi volti a favorire l'integrazione del mondo agricolo con la realtà urbana. Questa scelta si è rivelata una strategia vincente, poiché la Cascina Battivacco oggi rappresenta un luogo, se non un laboratorio, di esperienze formative, didattiche e culturali.

Cascina Battivacco ha dato vita negli anni a un progetto educativo il cui obiettivo è far conoscere, in particolare ai giovani, la sua attività primaria, educando a un consumo attivo e consapevole ed al rispetto dell'ambiente, in uno scenario autenticamente agricolo. Dal 2008 l'azienda è una Fattoria Didattica accreditata da Regione Lombardia.

Come già descritto, l'azienda ha aperto un punto vendita (la bottega) all'interno della cascina, per dif-

La fattoria didattica

All'interno della Cascina Battivacco sono state intraprese diverse attività volte alla multifunzionalità e connesse a quelle primarie, seguendo quelle che erano le attitudini e la vocazione di ogni componente della famiglia, così da portare le capacità in esperienze precedenti e negli studi universitari direttamente in azienda.

La titolare, forte della sua laurea in pedagogia, ha deciso di far partire l'attività didattica in cascina, in maniera tale da avvicinare le nuove generazioni alla vita di campagna e di insegnare ai bambini a conoscere e rispettare la natura e gli animali. La Cascina è divenuta negli anni una sorta di laboratorio dove è possibile abbinare l'apprendimento teorico a quello pratico, mettendo a confronto l'esperienza dell'agricoltore con la curiosità degli ospiti, creando così una stimolante interazione.

Oggi questa parte è sempre supervisionata da Lucia, ma essendo però più concentrata sugli aspetti organizzativi ed amministrativi dell'azienda agricola, ha lasciato nelle mani della fidanzata di uno dei suoi figli, garantendo ancora una volta un forte coinvolgimento della famiglia.

Da diversi anni Cascina Battivacco accoglie le scuole per visite in azienda agricola: questa attività, svolta inizialmente in modo occasionale ha permesso di comprendere quanto sia poco conosciuto il ruolo dell'agricoltura ed il valore della sua presenza a Milano¹.

Dal 2008 Cascina Battivacco è Fattoria Didattica accreditata da Regione Lombardia, garanzia di qualità e accuratezza dell'offerta formativa e del servizio. Obiettivo del progetto pedagogico di Cascina Battivacco è far conoscere, in particolare ai giovani, l'agricoltura quale attività primaria ed il suo valore in senso economico, tecnologico, ambientale, alimentare, sociale e culturale, educando alla cittadinanza attiva, al consumo consapevole e al rispetto dell'ambiente, in uno scenario agricolo in modo attivo.

Dal 2008 la Fattoria Didattica ha iniziato ad accogliere le scolaresche della città grazie a una convenzione con il Comune di Milano, sezione Servizi educativi. A oggi vengono proposte attività per le scuole di diverso ordine e

1 http://video.corriere.it/cascinabattivacco/6a604c68-cbfb-11e4-990c-2fbc94e76fc2?refresh_ce-cp

grado e per le famiglie, anche attraverso iniziative dedicate sempre più ai bambini, come ad esempio i campus estivi.

Nel dettaglio, come fattoria didattica Cascina Battivacco propone diversi percorsi dedicati agli asili nido, scuole dell'infanzia, primarie e secondarie. Le attività proposte sono un'occasione di reciprocità e integrazione tra il mondo della scuola e la realtà territoriale, per portare i bambini e ragazzi a conoscere ed apprezzare il contesto che li circonda, l'agricoltura, l'allevamento degli animali e le tecniche per la produzione degli alimenti, educando a un consumo informato e consapevole, in un vero scenario rurale.

L'intenzione della conduttrice è quella di far conoscere e apprezzare ai bambini il mondo agricolo, educandoli al rispetto dell'ambiente e alla sana alimentazione. Le attività proposte sono state apprezzate sin dall'inizio, tanto che già il primo anno dopo l'accreditamento sono arrivate più di quaranta classi. Da lì poi c'è stata una crescita costante dell'utenza principalmente cittadina e dell'hinterland milanese che hanno scoperto questa splendida realtà principalmente attraverso il passa parola.

Tra le numerose iniziative promosse, particolarmente importante è stata la realizzazione del progetto didattico "IdeA: Informatori di educazione Ambientale nei contesti scolastici". Il progetto, nato dalla collaborazione tra Punto Parco Cascina Battivacco, Parco Agricolo Sud Milano, Parco Lombardo del Ticino e il Parco Pineta di Appiano Gentile e Tradate con l'obiettivo di rinnovare e valorizzare la relazione con il mondo della scuola, mettendo a disposizione risorse e professionalità specializzate, ha visto la realizzazione di un percorso di formazione gratuito per insegnanti.

Le attività di formazione sono partite nel marzo 2013 presso il Punto Parco Cascina Battivacco e hanno visto la partecipazione di venti insegnanti di scuole di ogni ordine e grado (dal nido alla scuola di infanzia, dalla scuola primaria alla scuola secondaria di primo e secondo grado), quattro docenti specialisti e quattro tutor che hanno seguito personalmente i partecipanti nella progettazione e realizzazione di attività didattiche in sintonia con le finalità dei Parchi. Durante gli incontri formativi di IdeA, ai partecipanti sono state trasmesse conoscenze approfondite dei Parchi promotori del progetto, delle opportunità presenti sul territorio, delle tecniche di comunicazione e di EcoPsicologia.

fondere e valorizzare la produzione agricola del territorio attraverso il contatto diretto con il consumatore, adattando parte della corte padronale in bottega. Qui per farsi conoscere, oltre che il passaparola, sono utilizzati i social network e una mailing list che garantisce aggiornamenti costanti ai clienti sempre più fidelizzati.

A oggi sono in corso lavori di riqualificazione di alcuni immobili per creare minialloggi. Sta partendo infatti un'attività di agriturismo con offerta di ospitalità, con prima colazione realizzata con prodotti propri. L'idea dell'agriturismo nasce come sfida e come necessità, derivante dalla struttura in affitto caratterizzante l'azienda. Alcuni edifici avevano bisogno di essere rinnovati e, non essendo di proprietà, questo è ritenuto lo strumento migliore per un rientro rapido degli investimenti sostenuti e attivare eventualmente un ritorno economico. Il Punto Parco "Cascina Batti-

vacco" nasce nel 2007 e trova la sua naturale collocazione nella corte di Cascina, all'interno dell'ex scuderia, destinata alle attività didattiche e formative⁷. L'azienda agricola collabora in modo continuo del "Comitato per il Parco Agricolo Sud Milano – zona Barona". Il progetto è di preservare il paesaggio rurale di questo luogo di passaggio fra le campagne del Sud Milano e la metropoli milanese. In questo senso, come Punto Parco, Cascina Battivacco favorisce l'incontro fra rurale e urbano e realizza iniziative ed eventi finalizzati, per valorizzare e promuovere il patrimonio naturale, umano, culturale e produttivo presente nel Parco. L'azienda organizza anche feste ed eventi periodici, tra cui "La Barona va nel Parco".

Un'altra proposta è quella della didattica equestre,

⁷ http://parcosud.provincia.milano.it/parcosud/it/.content/punti_mappa/agricoltura/8e62a7ab-8589-11e2-b384-3b7cd3b3f04b/

che va dall'educazione alla cura del cavallo alla educazione alla pratica equestre. In particolare, tutto il "lavoro a terra", vale a dire la cura e la gestione del cavallo, ha lo scopo di insegnare a prestare attenzione all'animale, prendendo consapevolezza delle proprie emozioni ed imparando a relazionarsi con un essere diverso da noi. Questi corsi possono essere anche oggetto di una carta regalo.

Il progetto "Famiglie in fattoria" si compone sostanzialmente dell'organizzazione di eventi, come compleanni o, ad esempio, la festa del papà, tipicamente di natura familiare. Questi eventi sono sempre caratterizzati anche da attività legate in modo evidente al mondo agricolo, come l'agrigioco "Galline in fuga e capre derubate".

A questa esperienza si possono aggiungere anche le esperienze di alcuni "campus" tematici, attivati nel periodo delle feste pasquali, natalizie o estivo, che prevedono attività pensate per stare nella natura, a contatto con gli animali, per far conoscere ai bambini il mondo agricolo. Possono riguardare anche attività di didattica equestre o yoga o accudimento degli animali, o giochi tradizionali in fattoria.

Vincoli e opportunità di un'azienda peri-urbana

Cascina Battivacco, oltre alla sua naturale funzione agricola, è un progetto culturale che permette a chi lo desidera di conoscere l'agricoltura nelle sue molteplici funzioni di attività economica, ambientale, alimentare e sociale⁸; l'azienda si definisce, infatti, "fattoria di esperienze educative e cultura agricola".

Trovandosi così a ridosso dell'area urbana (ricordiamo che l'area metropolitana di Milano è la più grande a livello nazionale e una delle prime nelle classifiche europee) la fattoria beneficia di un interessante potenziale bacino d'utenza, ben connesso e molto spesso estremamente curioso e attratto dalla realtà agricola, sia che si tratti di bambini sia di adulti. Talvolta, come evidenzia la conduttrice, bisogna faticare a tenere fuori dalla corte i visitatori e i cittadini, perché le visite fuori orario sono sempre sono com-

patibili con le attività agricole, che richiedono spazi e livelli di sicurezza adeguati.

Chiaramente la posizione ha anche alcuni lati negativi: la pressione urbana è forte in quanto vivendo e lavorando nello stesso luogo "sei sempre in servizio", le persone arrivano a qualsiasi ora e il contatto con il pubblico non è sempre facile. Inoltre, lo sviluppo urbanistico stesso è un fattore di criticità, perché comporta la difficoltà a trovare terreni in affitto, in quanto i proprietari sono spesso in attesa della possibilità di trasformare il terreno da agricolo in edificabile; questo porta a contratti brevi e di conseguenza insicurezza negli investimenti a medio e lungo termine mettendo in difficoltà la dinamicità dei titolari, che non hanno mai potuto programmare a lungo termine i propri investimenti.

Oggi Lucia Nordio, entrata a far parte della famiglia nel 1984 e attiva in azienda dal 2007, insieme al marito pensa al futuro più nell'ottica del ricambio generazionale dando maggiore spazio alle iniziative dei suoi due figli, facendone crescere le responsabilità e accompagnandoli nelle sfide future mettendo a loro disposizione la sua esperienza. Vederli lavorare con entusiasmo da loro grande fiducia e speranza nella continuità aziendale.

Inoltre, vivere in un territorio ricco di opportunità e pressioni allo stesso tempo ha spinto molti imprenditori agricoli del milanese ad unirsi per aiutarsi, condividere idee e iniziative lavorando insieme per un futuro migliore. L'ingresso nel Consorzio DAM (nel cui CdA siede la conduttrice) è stata l'occasione migliore per mantenere autonomia decisionale nella propria realtà, ma allo stesso tempo crescere insieme agli altri nell'utilizzare al meglio il potenziale di questa grande città.

3.2.4 Cascina Bressanella (Monza e Brianza)

L'azienda

L'azienda "La Cascina Bressanella" è una piccola, ma brillante, realtà immersa nel verde della campagna brianzola, ubicata nel comune di Besana Brianza a qualche chilometro dal centro urbano di Monza, una delle aree più urbanizzate a livello nazionale.

⁸ <http://www.terranostra.it/it/agriturismi/5083/cascina-battivacco-lombardia-milano-pianura.html>

La proprietaria, Alagia Filippina, ricerca da anni un approccio all'agricoltura non solo come produttrice di cibo, che resta comunque il primo obiettivo, ma soprattutto di servizi, come concreta risposta ai nuovi bisogni nati nella società: servizi volti alla multifunzionalità, come la tutela e la gestione del territorio, la ristorazione, l'agriturismo. La proprietaria, che fa riferimento a un nuovo modo di fare agricoltura e a un nuovo ruolo degli imprenditori agricoli, ricorda che "in particolare, sono le donne a essere più attive, con la loro fantasia e tenacia, verso un'innovazione che si deve innestare sulla tradizione, verso un moderno che si deve innestare sull'antico"⁹.

Alagia Filippina gestisce un'azienda di circa cinque ettari di terreno, di cui due adibiti a seminativo da orto, uno a frutteto e il restante a prato. Le principali colture sono, infatti, di genere ortofrutticolo, in particolare uva da tavola (ad oggi sono state piantate circa 250 nuove viti), piccoli frutti e fragole.

L'azienda nasce a Seregno nel 1981 come impresa zootecnica con 2.000 animali in allevamento tra conigli e animali di bassa corte e al tempo la vendita avveniva direttamente in azienda con consegna al consumatore di animali macellati. Nel 1990 l'attività si converte alle colture ortofrutticole a seguito dell'acquisto dei terreni dove oggi sorge la cascina, terreni che poco si adattavano all'allevamento, mentre sono del tutto adeguati per questo nuovo indirizzo colturale, garantendone il rispetto e la naturale vocazione. Si tratta di una scelta di fondo, orientata al rispetto del territorio, alla stagionalità e alla ricerca di una sostenibilità ambientale, ma sotto certi punti di vista anche sociale. Su questo impianto si è sviluppato il percorso dell'azienda, tenendo conto della particolare localizzazione vicino al capoluogo di Monza, al fine di coglierne tutte le forze e le opportunità, senza snaturare i principi base dell'azienda.

Fin dai primi anni 90 la produzione si è orientata, quindi, su ortaggi e frutta, rispettando la stagionalità dettata dal clima del territorio. La produzione più rappresentativa, in termini di qualità e riconoscibilità, è quella delle fragole, coltivate in pieno campo con varietà di elevata qualità e sapidità dei frutti.

L'azienda

Distanza dal centro urbano: 20 km
Specializzazione: Indirizzo Ortofrutticolo
Superficie aziendale: 5 ettari
Forma di conduzione: diretta con familiari e con salariati part time
Dipendenti: n. 2 part time
Principali attività connesse: box scheme
Distanza dal centro urbano: 20 km
Sito internet: www.cascinabressanella.it



Tutta la produzione avviene senza l'uso di sistemi automatizzati e con tecniche colturali assimilabili ai processi dell'agricoltura biologica, con massima attenzione alla riduzione dell'impatto ambientale. Tuttavia, per espressa scelta aziendale, non si richiede la certificazione biologica da circa dieci anni. Tale scelta dipende principalmente dal fatto che la produttrice non si riconosce in alcuni aspetti di questa tecnica e non approva lo sfruttamento del marchio volto, a suo dire, al solo scopo di tenere prezzi eccessivamente alti, con la conseguenza di non rendere un prodotto sano e controllato disponibile per tutta la potenziale clientela.

In cascina lavorano in tutto quattro persone, due familiari e due dipendenti part-time.

La conduzione dell'azienda è personale, con il sostegno della manodopera familiare, in particolare della madre che ha sempre supportato la proprietà in tutte le sue iniziative. La presenza attiva della famiglia ha, infatti, giocato un ruolo centrale nell'evoluzione dell'azienda e nell'orientamento delle scelte imprenditoriali, verso un approccio orientato alla sostenibilità (come definisce la titolare: "pulito" e tra-

9 <https://www.youtube.com/watch?v=I29kRHUn1uI>

sparente) non solo delle produzioni, ma anche delle attività più multifunzionali e dei servizi integrativi e di comunicazione, nonché la scelta dei canali commerciali su cui veicolare i prodotti.

Le attività connesse alla produzione primaria ortofrutticola sono numerose e fondamentalmente incentrate sulla costruzione di una relazione diretta con il consumatore. Essendo molto attenta agli aspetti commerciali e in particolare assertrice della filiera corta, la titolare ha fin dall'inizio effettuato una vendita a km 0, facendo consegne "porta a porta" con la "borsa" settimanale a circa 200 famiglie del territorio urbano limitrofo. Dal 2009 è anche attivo uno spaccio aziendale all'interno dell'orto, dove, oltre all'acquisto, si possono osservare le fasi di coltivazione degli ortaggi. Sono inoltre in via di sviluppo progetti e percorsi con finalità didattiche, sociali e culturali.

L'azienda oggi è infatti in fase di ampliamento e di ristrutturazione e si prevede l'avviamento di una struttura polivalente per la didattica a fondo sociale dedicata alle persone che provengono da situazioni di disagio di diversa natura, sociale, psicologica e familiare. Verranno svolti percorsi educativi per accostare i giovani all'agricoltura e per insegnare ai ragazzi la buona alimentazione.

Infine, seguendo i principi di rispetto del territorio e di sfruttamento consapevole delle risorse naturali, è prevista l'installazione di alcuni pannelli fotovoltaici per aumentare l'autonomia energetica dell'azienda agricola.

I rapporti con il mercato

L'azienda già alcuni anni fa lanciò l'originale proposta di un "pacco spesa" secondo le disponibilità stagionali dell'azienda e dimensionato al consumo medio del nucleo familiare. Fino al 2009 la vendita avveniva tramite la consegna al domicilio dei consumatori, mentre è stato poi attivato uno spaccio interno.

Inizialmente, l'imprenditrice aveva creato un banco vendita collocato direttamente sul campo di raccolta. Successivamente, sempre grazie al contributo dei familiari e utilizzando aiuti stagionali, ha messo a punto un sistema che soddisfacesse maggiormente le caratteristiche della domanda.



La titolare si è orientata così alla preparazione delle "borse", con cui offrire tutti i prodotti dell'orto, appena raccolti e in una quantità tale da poter soddisfare il fabbisogno settimanale di una famiglia. L'approccio "on time" è considerato fondamentale: la raccolta si effettua di mattina e nel pomeriggio sono confezionati i sacchetti, nel packaging con il nome del destinatario; la sera si provvede alle varie consegne divise per zone. Le famiglie in abbonamento sono circa duecento, sempre le stesse e fidelizzate nel corso degli anni.

Questa idea imprenditoriale è stata premiata nel 2007 dalla Camera di Commercio di Milano con il Premio Piazza Mercanti. Il premio è giustificato dall'originalità dell'iniziativa, che permette ai consumatori di venire a contatto con realtà vicine al territorio, consumare sempre e solo prodotti a chilometro

zero, di alta qualità e che permettono di seguire il principio della stagionalità nel rispetto dell'ambiente.

Per questioni organizzative oggi le consegne a domicilio sono state ridotte e la forma prevalente di relazione con i mercati è quella della vendita diretta, come già indicato. Questa avviene in uno spaccio ricavato a margine dei terreni coltivati, mentre saltuariamente (due-tre volte l'anno) vi è la partecipazione a fiere sul territorio. Inoltre, è stato creato un sito internet che permette di sfruttare le potenzialità dell'e-commerce e il contatto con Gruppi di Acquisto Solidale.

Importante è anche ricordare che tutti i prodotti che non vengono venduti o che non corrispondono a pieno agli standard qualitativi richiesti dai consumatori finali sono devoluti in beneficenza alle persone più bisognose attraverso un accordo con la Caritas.

Il rapporto con i consumatori è da sempre basato sulla fiducia e su un apprendimento condiviso: i consumatori hanno imparato negli anni a comprendere la stagionalità e ad apprezzarla, cucinando anche verdure che prima non erano abituati a consumare.

I rapporti con il territorio

La proprietaria mostra una grande attenzione alla tutela e alla gestione del territorio in cui opera, attraverso corrette scelte colturali e commerciali.

Punto di forza dell'impresa è, infatti, una forte vicinanza ai consumatori che ha portato anche in una fidelizzazione dei clienti. Le relazioni con i consumatori si sono attivate prima di tutto con il tradizionale passaparola, ma poi l'azienda ha raggiunto una sua riconoscibilità diretta, soprattutto grazie al suo approccio etico alla produzione: no pesticidi, no diserbanti, sì al biologico e alla filosofia "km zero". Queste informazioni sono comunicate in modo chiaro agli acquirenti, come anche la valorizzazione del rapporto con il territorio di origine, la riduzione dei tempi di conservazione dei prodotti, sempre freschi, e infine la diminuzione dei trasporti e delle emissioni.

L'azienda osserva le scelte, le preferenze e i consumi dei clienti per cercare di migliorare sempre l'offerta. Per esemplificare il legame con i clienti e anche la forte caratterizzazione dell'offerta, la titolare in una intervista ha spiegato: "Passo una volta alla settim-



na dalle "mie donne" e porto una borsa con i prodotti dell'orto: loro hanno imparato a fidarsi, a mangiare quello che c'è, secondo i ritmi della natura. Adesso cucinano anche verdure che da sole non avrebbero mai acquistato" (Codecasa, 2001).

La produzione avviene senza l'uso di sistemi automatizzati. Più in particolare, come tecnica di coltivazione si adottano sostanzialmente gli approcci e i processi dell'agricoltura biologica, anche se non certificata. Si seguono tecniche di coltivazione naturale, riducendo il più possibile l'impatto ambientale e rispettando il terreno, che infatti riposa da ottobre a maggio utilizzando il metodo della rotazione.

L'avvio futuro di pratiche di agricoltura sociale è un ulteriore elemento di vicinanza e presenza attiva dell'impresa sul territorio, specie in centri come quelli periurbani, dove al mondo rurale si chiedono nuovi servizi e nuove esperienze.

Alagia Filippina svolge un ruolo attivo in Coldiretti, dove è entrata nel 1985 e dove attualmente è responsabile regionale Donne Impresa, l'organizzazione che promuove lo sviluppo dell'imprenditoria femminile agricola. Ha partecipato a giornate formative che le hanno consentito di crescere professionalmente e ricoprire, così, ruoli importanti.

Lo scorso febbraio ha partecipato ad un viaggio in Uganda per insegnare gratuitamente ai contadini locali come produrre ortaggi in serra. Il progetto sociale è stato organizzato da FAIB (Fondazione aiutare i bambini, una ONG con sede in Lombardia). Ha svolto lezioni teoriche e pratiche sulla coltivazione in

serra per consentire la diffusione di competenze per migliorare la sicurezza alimentare e incrementare il livello qualitativo e quantitativo della produzione agricola.

I rapporti con le istituzioni intermedie sono da considerarsi significativi e molto collegati al progetto aziendale, mentre alcune criticità sono evidenziate nei confronti delle istituzioni più alte, che spesso si sono rilevate inadatte a supportare lo sviluppo dell'impresa. L'azienda, ad esempio, ha fatto richiesta di contributi PSR in passato e in particolar modo ha presentato domanda sulla misura relativa alla produzione biologica sui prati (misura ex 2078). Oggi presenta solo richiesta per la domanda unica. La proprietaria, però, si dice fiduciosa verso il nuovo PSR per i progetti futuri, ma a condizione che il carico burocratico venga realmente semplificato.

Per poter intraprendere la sua attività, la titolare ha dovuto attivare un mutuo per l'acquisto del rudere e del terreno, ma ha avuto difficoltà forti di accesso al credito, cosa che spesso, precisa, avviene per le piccole aziende e per le donne.

Un altro aspetto critico, secondo l'imprenditrice, riguarda il reclutamento della manodopera; quella del personale, infatti, è un po' una spina nel fianco per gli imprenditori agricoli che spesso si devono rivolgere a

persone anziane per poter trovare le competenze e la voglia di fare, requisiti necessari per portare avanti la realtà aziendale. In particolare, la proprietaria cerca ormai da tempo di coinvolgere giovani che escono dalle scuole superiori ad indirizzo agrario, ma purtroppo non riesce a trovare quell'entusiasmo e quella conoscenza tecnica necessari a lavorare in modo adeguato. La titolare e i familiari cercano di seguire i ragazzi e aiutarli a comprendere le dinamiche del lavoro della terra, negli aspetti tecnici ma anche in qualche modo morali e culturali, ma troppo spesso i giovani dimostrano di essere troppo distanti dalla realtà quotidiana di un'azienda agricola.

La multifunzionalità

La Cascina Bressanella è un'azienda agricola con al centro la produzione ortofrutticola, alla quale nel corso degli anni ha affiancato altri servizi per il consumatore. Fin da subito è stato individuato nel rapporto diretto con gli acquirenti attraverso la vendita diretta, seppure con canali diversi e modificati negli anni, l'approccio più adeguato alla strategia aziendale.

In sintesi, oggi la azienda offre diverse possibilità ai consumatori per procedere agli acquisti, tra cui la vendita diretta, la vendita online e la vendita delle

I "box scheme"

Il sistema della "borsa", o Box Scheme come è più spesso riferito in letteratura, è una forma distributiva, spesso relativa a prodotti freschi, organizzata direttamente dall'imprenditore e dedicata a consumatori convenzionati (Cagliero e Trione, 2005). I Box Scheme sono una forma di approvvigionamento dei prodotti agro-alimentari diffusa soprattutto negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Francia o in generale nell'Europa continentale. In Italia, al contrario, sono più presenti le esperienze dei Gruppi di acquisto Solidali.

L'agricoltore in genere, ma non sempre, si impegna a recapitare al domicilio del cliente un determinato quantitativo (box o borsa o cartone) di prodotti aziendali e spesso solo di stagione, per un periodo di tempo legato a una forma di abbonamento (Cembalo et al., 2002).

L'assortimento della box è generalmente a discrezione del produttore, che sceglie i prodotti in relazione alla disponibilità in azienda ma in alcuni casi si lascia all'acquirente l'opzione di scegliere alcune referenze e di rifiutarne altre (Gamble, 2003).

I vantaggi di tale forma distributiva sono molteplici: garanzia di freschezza del prodotto, rapporto diretto produttore-consumatore, consegna a domicilio, varietà della gamma, fattore sorpresa, fidelizzazione. Inoltre, il produttore spesso fornisce altri servizi aggiuntivi per incrementare la relazione con il consumatore, come la pubblicazione di newsletter e ricettari e l'organizzazione di eventi per la clientela. Lo svantaggio principale è quello di organizzare,

con i relativi costi in termini di mezzi, manodopera e logistica, la rete di distribuzione delle consegne, che spesso comporta un pesante aggravio sull'azienda, appunto in termini di utilizzo di manodopera.

L'utilizzo della "borsa" è stata fin da principio una scelta forte e strategica della Cascina Bressanella. Tale scelta sposava in modo adeguato la volontà dell'azienda di essere una soggetto attivo sul territorio, anche in termini di divulgazione ed educazione sul mondo rurale e su una buona alimentazione. Inoltre, la "borsa" ha permesso all'azienda di assumere una chiara connotazione che le ha dato riconoscibilità sul territorio. Si ricorda che il progetto "borsa" è stata premiata nel 2007 dalla Camera di Commercio di Milano con il Premio Piazza Mercanti.

Nel dettaglio il sistema di vendita via "borsa" prevede una lista significativamente ampia di prodotti disponibili dalle coltivazioni presenti in azienda¹, la cui disponibilità viene aggiornate ogni domenica. Una borsa "mista" di prodotti della settimana, vale a dire contenente un mix a cura del produttore, risulta sempre disponibile. Si può scegliere tra due diversi formati di borsa: da 10€ (circa 4/5 kg) o da 15€ (circa 6/7 kg).

Il processo di acquisto è semplice. Per prenotare la borsa è sufficiente inviare una mail, indicando ovviamente i propri riferimenti, nome e cognome, il tipo e la quantità, in pezzi o kg, di ogni prodotto richiesto. Si sottolinea che l'invio dell'ordine e la ricezione della ricevuta non possono ovviamente confermare l'effettiva disponibilità dei prodotti e delle quantità richieste; solo al momento della preparazione della "borsa" dell'ordine verranno verificate le effettive disponibilità. Gli ordini devono essere inviati in due giorni alla settimana (lunedì e mercoledì), fino alle ore 22. Il ritiro in azienda si effettua con orari adeguati a consumatori che lavorano o che hanno poca disponibilità di tempo in orari di ufficio dalle 17.00 alle 19.00 di mercoledì (per gli ordini effettuati il lunedì) e venerdì (per gli ordini effettuati il mercoledì).

¹ Aglio; aromi (basilico e prezzemolo); carote; catalogna; cavolo rapa; cetrioli; cipollotti; coste; crauto, erbe, fagiolini; insalata; melanzane; piatti; peperoni; pomodori; porri; ravanelli; rucola; zucchine; more; pesche; prugne.

"borse". L'azienda, inoltre, sta pianificando la collaborazione con Gruppi di Acquisto Solidale locali. Oltre alle attività prettamente orientate alla filiera corta, che indicano una marcata attenzione alle relazioni dirette con i consumatori e gli abitanti della zona, l'azienda sta intraprendendo altri percorsi più legati alla presenza sul territorio come soggetto attivo della comunità locale. Sotto questo punto di vista si possono ricordare i percorsi didattici proposti, come esperienze di formazione didattica e di tutoraggio nel settore orto-frutticolo, e i percorsi sociali, vale a dire la disponibilità nel sostenere e sviluppare azioni di interesse sociale. Come già descritto, la Cascina Bressanella prevede anche l'avviamento dell'attività di fattoria didattica, con particolare indirizzo verso le categorie più in difficoltà, ma anche per potenziare percorsi educativi rivolti ai più giovani, per educare all'agricoltura e alla corretta alimentazione.

Infine le tecniche colturali particolarmente attente alla sostenibilità ambientale e la scelta del km zero

rispondono a una richiesta diffusa di maggiore interesse alle ricadute dell'agricoltura sull'ambiente.

In questi percorsi, la titolare sottolinea di avere dovuto affrontare almeno tre ordini di problemi: l'accesso al credito, il carico burocratico e le politiche di supporto. Rispetto a quest'ultimo aspetto la titolare ha enfatizzato, infatti, come alcuni interventi dei PSR presentino un carico burocratico eccessivo e come di fatto non siano sempre adeguati alle concrete esigenze dell'impresa¹⁰.

Vincoli e opportunità di un'azienda peri-urbana

La Cascina Bressanella, localizzata in uno dei comuni definiti urbani della Provincia di Monza e Brianza, può essere considerato un caso esemplificativo di come utilizzare i vantaggi di una collocazione

¹⁰ La titolare si riferisce in particolare alle misure agro-ambientali, per le quali in passato l'azienda ha presentato domanda.



periurbana, a fronte dei vincoli che tale condizione comporta.

L'orientamento produttivo ortofrutticolo già segna una capacità di intercettare la domanda dei consumatori "urbani" attenti soprattutto sul segmento del fresco alla provenienza e alla salubrità dei prodotti. Inoltre, anche la gestione e la logistica dei prodotti freschi permette indubbi vantaggi.

La localizzazione della Cascina Bressanella in una zona peri-urbana offre una maggior possibilità di commercializzazione diretta, di riduzione dei costi di transazione, usufruendo di un migliore collegamento con le reti infrastrutturali e con un importante bacino di acquirenti potenziali; d'altro canto, l'azienda è sottoposta agli stessi vincoli legati alla gestione del territorio che si trovano nelle zone urbane. In questo senso, si sottolinea la criticità di potere ampliare la superficie aziendale, data la difficoltà nel trovare altro terreno agricolo adatto alla coltivazione nelle immediate vicinanze.

La vicinanza con la realtà urbana ha stimolato l'azienda a rispondere alla crescente domanda di servizi, diversificando la propria attività e ampliando il ventaglio delle attività connesse, con la volontà di sviluppare ulteriormente la multifunzionalità in relazione alla didattica e alle proposte di tipo più sociale.

Per un'azienda come questa, che fa della cultura

e delle tecniche di coltivazione i punti saldi della sua strategia, la situazione è particolarmente difficile sia per la crisi economica sia per la concorrenza diretta, aumentata non solo per la nascita di nuove aziende agricole, ma anche per l'improvvisazione di molti neo-contadino, che svolgono l'attività a volte senza avere le necessarie conoscenze e talvolta senza rispettare il territorio. questi fenomeni hanno portato l'azienda a fare riferimento a un modello di agricoltura e di impresa in un certo senso innovativo, dove la sostenibilità e la cultura dell'agricoltura sono al centro dell'attività. Un approccio all'innovazione, quindi, ben radicato nella tradizione.

In più nel corso degli anni i consumatori sono cambiati nei gusti, nelle esigenze, nella conoscenza e nella comprensione stessa della qualità e genuinità dei prodotti. La qualità e una politica di prezzi contenuti sono i soli modi per resistere alla concorrenza.

3.2.5 Tenuta della Mistica (Roma)

L'azienda

La fattoria sociale Tenuta della Mistica nasce dalla gestione da parte della cooperativa Agricoltura Capodarco di Grottaferrata di terreni collocati all'interno del territorio urbano di Roma, sui quali è stata sviluppata un'attività agricola, con orti didattici per le scuole, un laboratorio sociale, un punto vendita diretta, un punto di ristoro.

La fattoria si colloca nell'ambito di un'area che il Comune di Roma, condividendo un progetto con il Municipio VII (ora V) e altre realtà territoriali, ha affidato alla Fondazione Parco della Mistica, tra i cui

L'azienda

Distanza dal centro urbano: dentro GRA

Specializzazione: orticola

Superficie aziendale: 15 ettari

Forma di conduzione: cooperativa

Dipendenti: n. 3 TI, n. 3 TD, n. 1-2 stagionali

Principali attività connesse: laboratorio sociale, punto vendita, ristoro

Vendita diretta: in azienda e mercati contadini

Sito internet: <http://www.agricolturacapodarco.it>

promotori e ideatori ci sono l'Associazione Nazionale Italiana Cantanti, il Consorzio Sociale Tiresia, la Cooperativa Sociale Maia. "La Fondazione è nata per realizzare il Campus Produttivo della Legalità e Solidarietà, un vero e proprio centro di produzione e promozione culturale e al tempo stesso uno strumento di riqualificazione, recupero e valorizzazione ambientale dell'area denominata "Tenuta della Mistica", 27 ettari a ridosso del Grande Raccordo Anulare di Roma (tra Tor Sapienza, Tor Tre Teste e Torre Maura) in un sito di alto profilo paesaggistico ed agricolo (Mistica deriva da misticanza, insalata tipica della campagna romana)"¹¹. La cooperativa è entrata a far parte della fondazione a fine 2009.

La Mistica ha come obiettivo l'inclusione sociale e lavorativa di persone in situazione di svantaggio (disabili fisici e mentali, soggetti con problemi di dipendenza, immigrati, ecc.) e rappresenta l'estensione del modello di Agricoltura Capodarco su un territorio urbano. Agricoltura Capodarco nasce nel 1978 a Grottaferrata come cooperativa sociale, sulla spinta di un piccolo gruppo di soci della Comunità Capodarco, con una casa famiglia e 2 ettari di terra. Si inquadra come cooperativa sociale di tipo B, ovvero quelle cooperative in cui almeno il 30% di soci è costituito da soggetti svantaggiati (L.381/1991), che opera nel settore agricolo. Si tratta di una vera e propria azienda agricola, impegnata nella produzione biologica certificata: produce e commercializza ortaggi, miele, uova, olio extravergine di oliva, succo d'uva, biscotti tipici artigianali e il vino Frascati Superiore Doc. Una svolta importante per la cooperativa si verifica circa 15 anni fa, grazie ad un nuovo gruppo dirigenziale e all'apporto di Salvatore Stingo, perito agrario, che già lavorava con la comunità nei centri professionali. Salvatore con la sua esperienza fornisce un forte impulso all'organizzazione della produzione agricola, affittando altri terreni nei dintorni e valorizzando la vocazione viti-vinicola dell'area (zona del Frascati); in seguito, la struttura si arricchisce di una cantina, vengono restaurati i due casali che vengono utilizzati per attività funzionali a quella agricola e di ospi-



talità. Nascono poi l'agriturismo e il punto vendita, dove vengono offerti i prodotti freschi e trasformati della cooperativa, con l'organizzazione di eventi. Nel tempo l'attività agricola viene svolta con grande determinazione, nonostante le difficoltà legate alla disponibilità delle terre, che vengono date in affitto per pochi anni. La Tenuta della Mistica costituisce in questo contesto una risposta all'esigenza di trovare terre in affitto.

La fattoria sociale Tenuta della Mistica è attiva da 2 anni, con una produzione estesa su circa 15 ettari, a orientamento orticolo, con metodo biologico, a pieno campo e in serra. Le principali produzioni, che coprono l'intero arco annuale, sono varie varietà di lattughe, bieta, cicoria, radicchio, rucola, indivia e scarola. A queste poi, nei vari periodi dell'anno, si aggiungono altre varietà di verdura a foglia, zucche, topinambur, patate, ecc..

La realizzazione di cicli produttivi in serra, consente di dare continuità all'attività lavorativa, particolarmente importante per alcuni soggetti svantaggiati. La serra, inoltre, rappresenta un microambiente particolare, nel quale il rapporto con le piante è particolarmente ravvicinato e consente di vedere da vicino i risultati delle cure verso le piante coltivate.

I prodotti vengono venduti tramite il punto di vendita diretta in azienda, nei mercati contadini delle zone limitrofe e un parte trasformati presso la sede di Grottaferrata.

Alla Tenuta della Mistica contribuiscono con il loro lavoro circa 10 persone, distribuite tra l'attività in

¹¹ Dal sito della Fondazione Parco della Mistica, <http://www.fondazioneparcodellamistica.org>

campo e il negozio. L'attività agricola occupa 4 persone di cui 1 a tempo indeterminato (full time) e 3 a tempo determinato (full time), più vari stagionali (a volte anche squadre di 5-6 persone a giornate), che generalmente sono 1-2 nei periodi primavera-estate-autunno. La gestione del negozio fornisce lavoro a 3 persone di cui 2 a tempo indeterminato (una full-time e una part-time) e uno stagionale.

L'attività della Mistica è seguita anche dagli altri soci della cooperativa Capodarco, tra i quali Alessandra Spagnoli, intervistata per la redazione di questo caso studio.

Alessandra è la coordinatrice di alcuni dei progetti sociali della cooperativa Capodarco; socia e consigliera del CdA, si occupa anche di aspetti burocratici e organizzativi per l'insieme delle attività di accoglienza e d'inserimento lavorativo all'interno dell'azienda. Laureata in Scienze biologiche, inizia la sua esperienza lavorativa nel campo della ricerca (miglioramento genetico) presso l'ENEA, ma contemporaneamente è impegnata in diverse altre attività, che la fanno entrare in contatto con la cooperativa Capodarco. Successivamente si occupa di certificazione per l'agricoltura biologica (è ispettore agricolo per il biologico da 12 anni) e trova sempre maggiore coinvolgimento nelle attività di formazione nel sociale e in generale nella cooperativa, per la quale oggi, insieme agli altri soci dipendenti, rappresenta un punto di riferimento fondamentale, partecipando alle scelte di indirizzo, alla progettazione, alla rete dei contatti.

I rapporti con il mercato

Il canale di commercializzazione dei prodotti agricoli attivato dalla Mistica è principalmente quello della filiera corta, ovvero il punto di vendita diretta in azienda e la partecipazione ai mercati contadini. Insieme le due attività rappresentano circa il 70% della modalità di commercializzazione dei prodotti, mentre il restante 30% viene conferito in parte ad una società di distribuzione, la Biosolidale, e in parte venduto a privati o GAS.

In termini economici è difficile isolare i risultati della fattoria dal resto delle attività della cooperativa. Per l'insieme delle attività gli introiti della vendita in azienda e nei mercati e quelli derivanti dalla ristora-

zione contribuiscono al reddito aziendale per circa il 70%, il 10% deriva da finanziamenti pubblici per l'agricoltura, vale a dire misure dedicate nell'ambito del PSR o PIF o fondi specifici (ad esempio sull'olio) ed il restante 20% è ottenuto grazie ai progetti a sfondo sociale (servizi sociali, regione). Saltuariamente le entrate sono costituite anche da servizi che la cooperativa svolge per enti pubblici, come ad esempio la manutenzione delle strade per il Comune di Grottaferrata, o da investimenti da parte di contributori privati (la fondazione Vodafone ha ricostruito le strutture presenti nella Tenuta per un valore di 400mila euro).

Il punto vendita di Roma, attivo dall'inizio del 2014, si trova in uno dei locali dell'azienda e offre i prodotti freschi del terreno circostante. La cooperativa sociale è molto attiva anche come presenza nei mercati contadini della zona, con un banco fisso di produzione biologica nel mercato tradizionale di Grottaferrata, e con circa 5 presenze a settimana distribuite nei mercati locali, sia del comune di Roma (Torvergata e Capannelle) che in quelli limitrofi (Grottaferrata, Ariccia) che proseguono da circa 7-8 anni. Inoltre, partecipa a eventi fieristici provinciali e regionali, quali la manifestazione Biofiera di Roma, che ospita la produzione biologica del Lazio, e gli eventi di Slowfood.

I rapporti con il territorio

La fattoria sociale Tenuta della Mistica rappresenta un esempio di collaborazione tra enti locali, terzo settore e imprese sociali. Per la forte connotazione sociale della sua attività e per l'impegno che da anni Agricoltura Capodarco ricopre sui temi del sociale, è stata intessuta una fitta rete di rapporti con il territorio circostante, sia in termini di progetti e attività sviluppati sia in termini di soggetti coinvolti a vari livelli, nell'ottica di promuovere reti sociali cittadine.

La fattoria, per tutto ciò che concerne l'inserimento socio-lavorativo di persone in difficoltà, lavora a stretto contatto con i servizi socio-sanitari di zona, ed in particolare con il dipartimento di sanità mentale, il SERT, il DAR.

E' stata stabilita una stretta collaborazione e condivisione con il VII Municipio (ora V), sul tema delle politiche sociali, per cui l'attività della fattoria è inserita nei Piani di Zona, lo strumento con il quale

viene disegnato il sistema urbano di welfare tenendo conto delle specificità del fabbisogno locale. Per quanto riguarda sempre la sfera municipale, la Mistica ha contatti con il Comitato di quartiere, con le associazioni culturali della zona, con l'associazione Feder-Trekking. Inoltre, dal 2014, è la sede del Forum agricoltura sociale del Lazio, in qualità di punto di incontro e di accoglienza.

Presso la Mistica, inoltre, effettuano periodi di lavoro volontari, giovani che svolgono il servizio civile, borsisti e stagisti, grazie a convenzioni con scuole ed enti vari di formazione. È stata, infatti, attivata una convenzione "Alternanza scuola lavoro" per la quale studenti degli istituti di agraria e degli istituti alberghieri effettuano periodi di tirocinio gratuito da 1 a circa 6 mesi in azienda, con attività in campo o nel negozio. Ci sono anche accordi nell'ambito del programma Garanzia giovani Lazio, che prevede per i giovani che non studiano e non lavorano di attivare percorsi di orientamento, formazione e inserimento in attività lavorative.

Per quanto riguarda i contatti con il mondo accademico, tramite Agricoltura Capodarco sono attivati progetti di sperimentazione, solitamente sul vino (ad esempio vino senza solfiti prodotto da 4 anni), che vengono sviluppati e portati avanti nella sede di Grottaferrata in collaborazione con le facoltà di agraria dell'Università di Perugia e di Viterbo (Tuscia).

In quanto azienda biologica, la cooperativa è iscritta ad Aiab e fa parte di ProBio, un'Associazione dei produttori biologici del Lazio, attiva da circa 5 anni, con l'obiettivo di promuovere e sponsorizzare il vino biologico, che viene venduto non solo sul territorio nazionale, ma anche su mercati esteri.

La multifunzionalità

La fattoria rappresenta un esempio di agricoltura multifunzionale in quanto ingloba differenti attività e finalità. Rispetto ad un'azienda agricola che decide di espandere la propria attività tradizionale di produzione con altre attività connesse, il percorso seguito dalla cooperativa Capodarco, e quindi dalla Mistica, è particolare, in quanto la cooperativa nasce come realtà attiva nel sociale che usufruisce del contesto agricolo nella quale è inserita per offrire opportunità



di inserimento lavorativo a persone con difficoltà. La localizzazione della cooperativa in un contesto rurale ha probabilmente portato in modo spontaneo all'abbinamento tra attività sociali ed agricole, percependo fortemente le risorse naturali circostanti come uno strumento quanto mai appropriato per l'avvicinamento di persone con disagi di vario genere. Quello agricolo è, infatti, un ambiente particolarmente adatto alla realizzazione di percorsi di inclusione, perché consente di individuare attività adeguate alle diverse competenze delle persone coinvolte. Inoltre, il contatto con gli elementi naturali e un'organizzazione particolare del lavoro consentono in maniera migliore l'attivazione o il recupero di abilità.

Da circa due anni, in collaborazione con il VII Municipio (ora V) e i suoi servizi sociali, la Mistica realizza un laboratorio sociale finalizzato all'inserimento socio-lavorativo di persone con problemi mentali e psichici, inserendoli nel lavoro agricolo, sperimentando sul campo l'efficacia terapeutica del rapporto con la natura. Il progetto, che ha significative valenze terapeutiche e riabilitative, prevede il graduale inserimento di 10 persone seguite dai Servizi territoriali che abbiano già conseguito la licenza media inferiore e possiedano i requisiti per lo svolgimento di questo tipo di esperienze. Il laboratorio sociale è perfettamente inserito nel contesto produttivo ordinario



dell'azienda agricola. I ragazzi acquisiscono competenze sia attraverso lezioni teoriche sia attraverso lezioni pratiche in campo, che prevedono un affiancamento costante di due operatori e degli stessi operai della cooperativa. Per il proprio impegno settimanale di 12h (3 volte a settimana) è previsto un rimborso a carico degli enti di provenienza.

Anche la scelta dell'agricoltura biologica nasce come impostazione iniziale dell'attività agricola, e

comincia ad essere certificata con il rilancio dell'azienda guidata da Salvatore Stingo, nell'ottica del rispetto della diversità delle persone e della diversità dell'ambiente naturale. Il contesto esterno ha poi giocato un ruolo determinante in quanto in quel periodo si stava raccogliendo un grande interesse intorno al biologico e si intravedevano prospettive interessanti. Questo ha permesso in una fase successiva di sfruttare le potenzialità di una produzione certificata e di qualità, inquadrando l'attività agricola biologica come una opportunità di inserirsi in un trend di mercato in crescita e di uno sbocco interessante per collocare il prodotto dell'azienda.

La fattoria promuove i temi della sostenibilità aziendale, come naturale convergenza tra il perseguimento di finalità sociali e di responsabilità verso l'ambiente, sia attraverso la riduzione degli impatti ambientali con l'utilizzo del metodo biologico sia attraverso la diffusione del consumo responsabile.

Nonostante la strategia della cooperativa sociale sia stata definita più per vocazione che per scelta imprenditoriale, essa ha ampliato gradualmente le

Vendita diretta e ristoro in azienda

L'attività che la fattoria sociale Tenuta della Mistica intende sviluppare ulteriormente in futuro è quella del punto vendita e dello spazio ristoro. Le due funzioni di commercializzazione dei prodotti dell'azienda e di ospitalità con somministrazione di cibo attualmente rappresentano l'attività più importante dal punto di vista economico, che come detto in precedenza, insieme alla vendita presso i mercati contadini, apportano circa il 70% degli introiti alla cooperativa. Oltre a ciò, esse risultano le attività strategicamente più interessanti per avere un riscontro dal pubblico sia di tipo economico che di apprezzamento e di condivisione della mission sociale di Mistica.

Il locale di vendita nell'azienda ospita, oltre alla produzione locale dell'azienda agricola, anche altri prodotti freschi provenienti da zone limitrofe o da altre regioni italiane, ed una serie di prodotti trasformati, alcuni dei quali prodotti dall'azienda di Grottaferrata, ad esempio il vino ottenuto dalle uve Frascati della zona, e i biscotti, oltre a un'ampia gamma di prodotti alimentari a certificazione biologica e del circuito del commercio equo e solidale (cioccolate, marmellate, farine, pasta, ecc.).

I consumatori che acquistano i prodotti al punto vendita utilizzano per la loro alimentazione quasi esclusivamente prodotti biologici; non si tratta, quindi, di consumatori occasionali o sporadici di biologico, ma di utenti ben informati e che hanno effettuato una scelta netta riguardo alla qualità del cibo e alla cura della propria alimentazione. Inoltre, inizialmente il riconoscimento del valore aggiunto dei prodotti determinato dall'impegno sociale della fattoria era limitato, mentre nel tempo i consumatori hanno acquisito maggiore consapevolezza della forte connotazione sociale dell'azienda agricola, premiando questa attività tramite la costanza degli acquisti e il supporto agli eventi e alle iniziative. Esiste poi una ristretta fascia di consumatori altamente fidelizzata, che segue le attività della fattoria e la sostiene oltre che economicamente anche con la

propria presenza. L'ampliamento degli utenti avviene oltre che con i contatti al punto vendita, al mercato e ai gruppi di acquisto, anche tramite le numerose iniziative che la cooperativa organizza. Ci sono collaborazioni strette con l'associazione vegana, vengono fatte lezioni di yoga all'aria aperta e di alimentazione naturale e/o macrobiotica, tutte iniziative per un pubblico ben delineato, che, coerentemente con l'orientamento scelto per altri aspetti della propria vita, sceglie uno stile di vita in cui rientra anche l'alimentazione biologica quotidiana. Nell'ambito del negozio, da maggio 2014, è stato predisposto uno spazio per la ristorazione, l'"Agriristoro", con tavolini per il consumo del cibo e prodotti preparati da Capodarco in quanto nella sede della Mistica è possibile esclusivamente la somministrazione di cibo e bevande, non la preparazione degli alimenti. Lo spazio ristoro nasce fondamentalmente come "offerta estiva", lanciato tramite l'organizzazione di un aperitivo all'aperto (l'"Agriaperitivo") a luglio e agosto ed esclusivamente di sabato, con una offerta limitata di cibo e bevande (taglieri di formaggi e salumi), musica dal vivo e a seguire discoteca. Dato il riscontro positivo di pubblico, l'offerta del ristoro viene ampliata con l'erogazione di pranzi durante la settimana con prodotti gastronomici elaborati da Capodarco, poi estesa anche al weekend. La programmazione estiva riscuote un particolare gradimento da parte del pubblico che incentiva il proseguimento dell'attività anche nei mesi invernali, con un ulteriore investimento per l'accoglienza. Viene allestita, infatti, una nuova struttura semichiusa che viene inaugurata a dicembre dello stesso anno, che viene anche data in affitto con la possibilità di un servizio di catering. Il ristoro attualmente è aperto dal martedì alla domenica con orario continuato da pranzo a cena. Per gestire le attività di vendita e di somministrazione del cibo il negozio/ristoro impiega 3 persone, di cui 2 a tempo indeterminato (una full time e una part time) e uno stagionale.

Il volume di utenti coinvolti settimanalmente con il punto ristoro aperto giornalmente, l'"agriaperitivo" nel weekend e gli eventi organizzati (degustazioni, pranzi, etc) si aggira sulle 200 persone, mentre in caso di eventi specifici occasionali con grande diffusione di informazione e pubblicità sul sito (giornate tematiche) si arriva anche al coinvolgimento di 500 persone.

Pur essendo nato da poco tempo, sia il punto vendita che l'attività del ristoro sembrano avere molte potenzialità. La risposta dei consumatori è stata molto buona, superiore alle aspettative soprattutto per quanto riguarda le iniziative legate al ristoro. Per l'apertura delle due iniziative non è stata effettuata una notevole campagna pubblicitaria; sono stati utilizzati degli strumenti già attivi, quali il sito Internet della cooperativa Capodarco che è stato sistemato e aggiornato, e i contatti personali attivi per le numerose attività che la Mistica e Capodarco svolgono sul territorio, sia all'interno della fondazione del Parco della Mistica che nel municipio e che li rendono soggetti conosciuti e ben integrati nel tessuto economico e sociale nel quale lavorano. Nonostante ciò l'organizzazione dell'agriaperitivo è risultata una operazione particolarmente apprezzata da parte degli utenti di altre zone della città.

proprie attività, con investimenti caratterizzati da un maggiore orientamento al mercato. La posizione della fattoria Mistica in un contesto urbano favorisce, inoltre, la scelta di canali di vendita diretta, con un punto vendita in azienda, in cui è anche possibile mangiare quanto acquistato.

Vincoli e opportunità di un'azienda peri-urbana

Il posizionamento della Mistica all'interno del perimetro urbano offre alle attività della fattoria socia-

le una visibilità e una risposta da parte del pubblico sicuramente diversa rispetto a quanto riscontrabile nella provincia. Iniziative di animazione analoghe a quelle organizzate alla Mistica erano state tentate anche alla sede di Grottaferrata della Cooperativa Capodarco, senza conseguire analogo successo. Il differente posizionamento delle due sedi permette di effettuare un chiaro confronto tra le attività. L'utenza dei due contesti è diversa, per cui se a Grottaferrata sono più apprezzate iniziative più tradizionali, legate anche ad un pubblico più adulto o a famiglie, quali

l'agriturismo e la pizzeria con il forno a legna recentemente ristrutturato, nel contesto urbano trovano riscontro favorevole iniziative più innovative, che raccolgono consensi anche nel pubblico più giovane, più informato o più attento agli eventi culturali e sociali della città.

Da questo punto di vista sia l'attività commerciale del punto vendita sia quella di ristorazione e dei connessi eventi usufruiscono di un bacino di utenza che risulta più sensibile agli stimoli e alle proposte e consente alla Mistica un maggiore grado di differenziazione delle attività. Inoltre, il canale della filiera corta è particolarmente apprezzato dai cittadini che riscoprono il rapporto con la terra e si riappropriano delle conoscenze e delle informazioni sulle origini dei prodotti.

Dal punto di vista della qualità delle produzioni biologiche, il collocamento in un contesto urbano non comporta condizionamenti ambientali (ad esempio impatto inquinamento) tali da comprometterne la salubrità e il possesso dei requisiti previsti. La produzione viene, infatti, sottoposta a tutti i controlli previsti per ottenere la certificazione biologica. Al contrario, la vicinanza dell'azienda con il contesto cittadino agevola i rapporti con i consumatori di biologico che possono contare su un punto vendita aperto tutti i giorni presso il quale approvvigionarsi di prodotti freschi biologici, rispetto ai quali possono verificare in modo diretto la provenienza, la modalità di coltivazione, la disponibilità a seconda della stagione.

Il contesto cittadino implica d'altro canto anche il coinvolgimento dell'attività agricola e delle attività connesse in problematiche e limiti propri di un ambito più complesso e più "burocratico" come quello relativo ad una grande città. Un esempio è dato dal problema più ampio e complesso della proprietà delle terre e del loro utilizzo: sia in provincia sia in città, è evidente la necessità di stabilità nell'usufrutto delle terre (quando non sono in proprietà) per potere dare una continuità alle produzioni e assicurare un rendimento adeguato alle esigenze della commercializzazione, anche tenendo conto di vincoli normativi che consentono la partecipazione a bandi per investimenti aziendali solo se si è in grado di garantire il possesso del terreno per almeno 5 anni. Agricoltura

Capodarco ha dovuto affrontare il cambiamento di 15 contratti di affitto diversi negli anni del suo operato ed attualmente non ha certezze per il futuro sull'utilizzo delle terre.

Per quanto riguarda i rapporti con il territorio, ed in particolare con le istituzioni pubbliche, per le questioni legate all'affidamento o alla progettazione di attività nell'ambito delle politiche sociali, si riscontrano difficoltà legate sia alla riduzione degli stanziamenti dedicati a interventi di *welfare*, sia all'utilizzo dei fondi, che con il meccanismo dell'anticipazione da parte del vincitore di bando, pregiudica l'avvio delle attività, rendendo insostenibile la realizzazione di quanto previsto. Inoltre, sempre a causa delle irregolarità riscontrate nella gestione dei fondi pubblici tristemente note a livello nazionale ("mafia capitale"), sembra essere non più praticabile la modalità di affidamento diretto di attività che coinvolgano somme cospicue, preferendo frazionarle anche tra più gestori, con il conseguente impatto sui risultati e sulla continuità rispetto ad utenti e operatori.

Nonostante i rapporti proficui di lavoro che intercorrono da anni con alcune istituzioni a livello "locale" (Asl e municipio di riferimento), che testimoniano la possibilità di relazioni sane con istituzioni locali funzionanti, la burocrazia presente a livello più generale, ad esempio per l'accesso a bandi e appalti a livello comunale, costituisce comunque una difficoltà e a volte un ostacolo per la realizzazione delle attività.

Nel complesso, comunque, il posizionamento dell'azienda agricola Mistica all'interno del perimetro urbano sembra offrire interessanti opportunità dal punto di vista commerciale e di relazioni e contatti con il pubblico, fornendo stimolo e impulso sia per l'attività di vendita sia per il coinvolgimento in iniziative, eventi, e per tutto l'aspetto di attività sociale.

3.2.6 Masseria del Borro (Napoli)

L'azienda

La "Masseria del Borro", posta nella parte nord-orientale di Napoli, dista solo pochi chilometri (circa 13) dal centro città e ricade nel Parco regionale dei Campi Flegrei (nella Municipalità di Soccavo-Pianura), limitato dal mare e da un arco naturale di colline.

La circoscrizione confina con i quartieri di Fuorigrotta, Bagnoli e Agnano, ed è limitrofa ai comuni di Bacoli, Pozzuoli, Monte di Procida e Quarto Flegreo. Questi luoghi sono caratterizzati da una forte concentrazione demografica e dalla presenza al loro interno di numerosi siti storico-archeologici e di paesaggi naturali di fama internazionale, che costituiscono dei potenti attrattori turistici. La stessa azienda, grazie alla sua particolare

localizzazione posta sulle pendici del cratere spento degli Astroni, gode di una visuale panoramica di grande interesse, che racchiude la parte nord-orientale della città e che si estende fino al mare del golfo di Napoli.

La storia della realtà qui presentata comincia nel 1993, quando due dei tre attuali imprenditori ereditano alcuni terreni ad uso agricolo con la presenza di importanti volumetrie di immobili e decidono di costituire una società a responsabilità limitata, dando in affitto alla costituenda i terreni ed i cespiti ereditati.

In origine la proprietà viene utilizzata prevalentemente per autoconsumo e per piccole vendite di prodotti agricoli, di uva in particolare. Nel corso degli anni i soci, che gestiscono direttamente l'azienda, cominciano un processo di valorizzazione sia delle colture agricole sia degli immobili presenti, processo che ha, tuttavia, dei tempi molto differenziati, cadenzati soprattutto dalla possibilità di ricevere finanziamenti esterni.

Inizialmente razionalizzano e iscrivono il vigneto presente in azienda alla DOC "Campi Flegrei", lasciando il resto dei terreni nella loro struttura ori-



ginaria, e cioè conservando i boschi e la macchia mediterranea, per i quali specifici vincoli normativi impediscono il taglio delle specie boschive; gli olivi, con la funzione di frangivento per le vigne ed al fine di realizzare anche piccole produzioni di olio; alcune piante di frutteto misto e agrumeto.

L'attività principale in questi anni è, dunque, costituita dalla produzione di uve, che vengono vendute a importanti vinificatori locali.

Pur essendo già presente una cantina in azienda per l'ottenimento di piccole quantità di vino ad uso prevalentemente privato, la produzione di vino con il marchio "Masseria del Borro" comincia solo nel 2004, a seguito della conclusione dell'intervento di ammodernamento strutturale iniziato nel 2001 e cofinanziato con il Programma Operativo Regionale (POR) 2000-2006. Con l'obiettivo di consolidare e valorizzare il preesistente, anche gli altri immobili presenti in azienda vengono successivamente ristrutturati grazie allo stesso fondo, per accogliere i locali adibiti alla ristorazione (con una capacità attuale di circa 40 posti) e all'alloggio (4 camere e 2 piccoli appartamenti, con 12 posti letto complessivi). Oggi l'azienda risulta abilitata al titolo di operatore agrituristico ai sensi della legge regionale n. 15/2008.

Attualmente i 16 ettari circa di superficie agricola aziendale comprendono 10 ettari di vigneti contornati da olivi, 4 di bosco ceduo e macchia mediterranea e 2 di agrumeto, frutteto misto e orto. Il resto della proprietà, che ospita la cantina e gli immobili dedicati alle attività di agriturismo, è di circa 1 ettaro.

L'uva prodotta viene tutta trasformata internamente nei vini Piediroso e Falanghina iscritti alla DOC Campi Flegrei, commercializzati principalmente sul

L'azienda

Distanza dal centro urbano: 13 km

Specializzazione: viticoltura

Superficie aziendale: 16 ettari di SAU, di cui 10 a vigneto, 4 di bosco ceduo e macchia mediterranea, 2 di frutteto misto

Forma di conduzione: diretta con salariati

Dipendenti: n. 4 dipendenti part time e 6 stagionali; vi lavorano full time anche due dei tre soci

Principali attività connesse: Trasformazione, Agriturismo, Fattoria didattica

Vendita diretta: spaccio aziendale

Sito internet: <http://masseriadelborro.it>



mercato locale. Le altre attività agricole, meno rilevanti, consistono nella produzione di alcune specie fruttifere, agrumicole e orticole, le quali sono destinate principalmente alla preparazione dei pasti in agriturismo o trasformate in confetture e vendute presso lo spaccio aziendale.

Sulla superficie boschiva viene, inoltre, praticata l'apicoltura da un produttore di miele indipendente, al quale è stato ceduto il terreno in comodato d'uso in cambio di una parte della produzione. Anche il miele viene venduto esclusivamente presso il punto vendita aziendale e/o utilizzato per i servizi di refezione in agriturismo.

Le attività connesse all'agricoltura presenti in azienda sono, dunque, molteplici: la trasformazione di prodotti agricoli aziendali (con l'ottenimento di vino e, in piccole quantità, di confetture e olio); la vendita diretta, che può contare sullo spaccio aziendale e sull'e-commerce mediante un sito dedicato; l'attività agrituristiche, che consiste nell'offrire l'alloggio (nella formula del B&B) e la ristorazione, alla quale viene associata anche la fattoria didattica e diverse azioni di "animazione" turistica legate alle tradizioni locali (es. arte teatrale napoletana) o a particolari momenti produttivi aziendali (vendemmia, smielatura, ecc.).

Sebbene l'esercizio concreto dell'attività agrituristica arrivi molti anni dopo la nascita dell'azienda, per i proprietari essa costituisce sin dai primi tempi quello che poi sarebbe stato lo sviluppo naturale della propria impresa, tanto da richiedere ed ottenere già nel 2001 l'iscrizione all'albo della Regione Campania degli operatori agrituristiche (ai sensi della vecchia legge regionale n. 41/1984). La disponibilità di una vasta estensione di terreni agricoli, con la presenza di im-

portanti volumetrie di immobili funzionali all'attività ricettiva e collocati in un centro urbano caratterizzato da elevati flussi turistici è stata, infatti, la motivazione principale che ha spinto i soci, precedentemente impegnati nel settore edilizio e finanziario, a intraprendere l'attività agricola e agrituristiche, rappresentando un forte incentivo anche per eventuali futuri investimenti aziendali.

I rapporti con il mercato

La prossimità geografica dei mercati a cui l'azienda si rivolge è la caratteristica che connota l'intera offerta aziendale, basata fondamentalmente sulla vendita di vini DOC e sulla fornitura di servizi agrituristiche di ristorazione ed alloggio, e ne condiziona naturalmente le modalità di commercializzazione.

I vini sono, infatti, venduti principalmente presso enoteche e ristoranti localizzati in un raggio che non supera quello della città di Napoli, con i quali esistono rapporti consolidati di vecchia data (grazie anche al ricorso a qualche rappresentante di vendita). In quantità decisamente più contenute i vini prodotti vengono commercializzati anche attraverso un proprio punto vendita situato in azienda, mentre ancora meno utilizzato dai clienti risulta il sito aziendale dedicato all'e-commerce. Come gli stessi intervistati sostengono, la vendita di vino in agriturismo e utilizzato per l'offerta ristorativa, sebbene di limitata consistenza rispetto al fatturato complessivo, rappresenta un importante veicolo promozionale del prodotto aziendale, che consente di fidelizzare i consumatori e, conseguentemente, ampliare le richieste presso le enoteche e gli altri ristoranti a cui l'azienda stessa conferisce il vino.

Le altre produzioni agricole, presenti in piccole quantità in azienda (frutta e ortaggi freschi e trasformati in confetture), e il miele sono veicolati attraverso i pasti forniti in agriturismo o commercializzati nello spaccio aziendale.

Il servizio di ristorazione viene offerto ai propri clienti "alla spicciolata", limitato ai giorni di fine settimana, oppure "su richiesta", per speciali eventi privati (matrimoni, comunioni, ecc.) o per ospitare scolaresche a cui viene offerta un'attività didattica. Spesso è la stessa azienda ad organizzare manifestazioni, con

aperture speciali legate a particolari avvenimenti della vita produttiva aziendale (la festa della vendemmia, della potatura, della smielatura) o in corrispondenza di festività comuni (festa della mamma, festa della donna, San Valentino, ecc.). Come per i prodotti trasformati, anche la ristorazione si rivolge a un bacino di utenza che, nella maggior parte dei casi, non supera i confini della città. Le principali eccezioni derivano dalla possibilità di accogliere, grazie anche ad accordi con agenzie di viaggi locali, gruppi di turisti stranieri. Talvolta, per questi ultimi, l'azienda organizza pure qualche attività di animazione "culturale" legata alla tradizione napoletana, ricorrendo all'ausilio di personale specializzato (artigiani, pizzaioli, artisti che rappresentano pulcinella, ecc.).

Con l'attività di alloggio in agriturismo l'azienda si rivolge invece ad un mercato decisamente più allargato, essendo riuscita ad entrare in un circuito internazionale, anche grazie all'impiego di portali specifici o di social media che agevolano l'incontro tra domanda e offerta del mercato. L'adesione dell'azienda ai circuiti di prenotazione in rete è stata una scelta che ha determinato un forte slancio per l'attività di

B&B, la quale è notevolmente cresciuta negli anni e rappresenta – a detta degli intervistati – l'attività più promettente in termini di crescita del fatturato, sfruttando l'interesse crescente per la vacanza in agriturismo riscontrato sui mercati nazionali ed internazionali. In un mercato che è in netta e continua crescita, come viene dimostrato da molti studi di settore, le potenzialità da cogliere sono ancora molte e la rete rappresenta un veicolo commerciale potente soprattutto per le piccole aziende, poiché non solo è in grado di intervenire nella fase di scelta della destinazione dei clienti, ma facilita il rapporto con questi ultimi e consente di ricevere i successivi feed-back utili per il miglioramento degli standard offerti.

I rapporti con il territorio

Per un'azienda multifunzionale la qualità della propria offerta dipende non tanto dalla propria capacità produttiva e dalla tecnologia utilizzata, quanto dalla sua abilità ad utilizzare e valorizzare il patrimonio complessivamente disponibile nel contesto territoriale in cui si colloca. Diventa dunque fondamentale, per il successo aziendale, riuscire ad integrarsi in maniera omogenea e sinergica con l'area di riferimento e con gli attori, economici e non, in essa presenti.

Cominciando dalle relazioni con gli operatori economici locali, si evidenziano sinergie e capacità dell'azienda di integrazione nel contesto circostante, mediante rapporti che gli stessi imprenditori definiscono come stabili nel corso degli anni. Su questa scia, si pone la scelta di cedere parte della proprietà terriera (la zona boschiva) ad un apicoltore locale, utilizzando un contratto di comodato d'uso di parte del terreno aziendale; l'apicoltore in cambio gestisce, oltre alle proprie arnie, anche quelle di proprietà dell'impresa, rifornendola del miele prodotto con queste ultime. Si tratta, quindi, di un accordo interaziendale, basato sullo scambio della terra con il lavoro e la produzione.

Un altro esempio di buona interazione con gli altri operatori economici del territorio di riferimento è dato dalla modalità con cui l'azienda si rifornisce dei prodotti extra-aziendali. L'offerta di ristorazione agrituristica, pur essendo sostanzialmente integrata con la produzione agricola aziendale, necessita,



infatti, della fornitura di altri prodotti (carni, ortaggi, ecc.), per i quali l'azienda pone attenzione particolare alle questioni della qualità, sicurezza e tracciabilità alimentare. A tale scopo, essa si rifornisce non solo presso qualche grande catena di vendita all'ingrosso presente nel circondario, ma anche presso piccoli punti vendita ed aziende agricole locali di fiducia. Con queste ultime, in particolare, la Masseria del Borro ha stabilito dei rapporti di conferimento privilegiati, assicurandosi così un controllo qualitativo della provenienza della materia prima.

Per quanto riguarda le relazioni con altre tipologie di operatori dell'area, che potrebbero consentire all'azienda di intercettare un'utenza più ampia, non si riscontrano particolari forme di collaborazione. Si fa riferimento, in questo caso, ad istituzioni pubbliche o private – come l'Università Federico II, che si colloca in località Monte Sant'Angelo a ridosso dell'azienda, l'Ippodromo di Agnano, la Mostra d'Oltremare – le quali, pur avendo *mission* completamente diverse, potrebbero avere interesse a stabilire interazioni con l'azienda per la fruizione dei servizi agrituristici in corrispondenza di particolari eventi da esse organizzati.

Il rapporto con le istituzioni amministrative locali viene poi definito esplicitamente come negativo, lamentando la latitanza del livello comunale nella gestione delle aree pubbliche circostanti. Un esempio rilevante è rappresentato dalle cattive condizioni in cui versa la via di accesso all'azienda, che da anni rimane sterrata e luogo di sversamento di rifiuti. La comunanza di interessi con gli altri abitanti del luogo ha spinto l'impresa a partecipare ad un comitato cittadino proprio per reclamare un intervento dell'amministrazione di ripristino e manutenzione della strada di accesso comune, ma non sono stati ottenuti risultati di rilievo.

Gli intervistati esprimono, invece, un sufficiente apprezzamento per l'operato della Regione, evidenziando tuttavia come questo sia peggiorato negli ultimi anni, a causa di scarsità di fondi, di vicende politiche alterne e di frequenti riorganizzazioni degli uffici regionali, di mancanza di personale per blocco del turn-over, ecc.. L'apprezzamento si riferisce alla capillare assistenza assicurata sul territorio dai tecnici divulgatori regionali, i quali – soprattutto in passato



– tenevano costantemente informati gli imprenditori circa le opportunità offerte dagli interventi regionali per lo sviluppo dell'agricoltura, fornendo il supporto necessario nella fase di progettazione e richiesta di finanziamenti pubblici. Dunque, grazie a tale rete e alle capacità personali di alcuni soggetti della filiera istituzionale, ma anche ai tecnici dell'organizzazione di categoria di appartenenza, la Confagricoltura, la Masseria del Borro ha partecipato a due bandi per importanti investimenti aziendali, ossia l'ammodernamento della cantina e dei locali adibiti all'attività di agriturismo. Inoltre, ha potuto aderire a diverse altre iniziative di promozione delle produzioni agricole locali, anche finanziate esclusivamente dalla Regione (come il progetto sullo schema di qualità "Sapori di Campania"), senza che tuttavia si siano finora registrati risultati di rilievo immediatamente collegabili a tali iniziative.

Parallelamente, la partecipazione a forme associative finalizzate alla promozione e vendita dei prodotti regionali (Consorzio di tutela dei vini Campi Flegrei) e dei relativi territori (Strada del vino Campi Flegrei) non ha rappresentato, a detta degli intervistati, un

veicolo efficace per aumentare la diffusione commerciale delle produzioni aziendali.

Infine, considerando le altre possibili esigenze di interazione legate all'attività imprenditoriale, quali, ad esempio, il reperimento di risorse finanziarie, si evidenziano difficoltà nel rapporto con le banche per il ricorso al credito (tanto per la gestione corrente che per gli investimenti), il cui accesso viene giudicato proibitivo a causa degli elevati tassi di interesse e delle eccessive garanzie richieste.

La multifunzionalità

Come si è già avuto modo di osservare, l'azienda analizzata rappresenta una realtà emblematica della multifunzionalità dell'agricoltura, intesa come la capacità di offrire contestualmente prodotti alimenta-

ri, servizi connessi e beni pubblici importanti per la popolazione di un'area fortemente urbanizzata come quella di Napoli.

In particolare, le attività economiche già descritte, per la loro localizzazione urbana e per come sono state organizzate dall'azienda, offrono una serie di esternalità positive alla collettività, a cui l'impresa presta particolare attenzione nella convinzione di una stretta interdipendenza favorevole tra gli aspetti economici e quelli paesaggistico-ambientali ed etico-sociali, che vanno, infatti, a potenziarsi vicendevolmente. Vanno in questa direzione: l'adozione della tecnica di "agricoltura integrata", impiegando prodotti e metodi per la difesa delle piante meno impattanti, con benefici anche in termini economici; la conservazione dei filari di olivi, impiantati circa 40

La trasformazione dell'uva

Le attività connesse all'agricoltura presenti in azienda sono, come è ovvio, tutte funzionalmente utili l'una all'altra, risultando di difficile determinazione il contributo di ciascuna di esse al fatturato totale dell'impresa, che d'altro canto, per ogni attività, dipende fortemente dalle annate di riferimento. Tuttavia, nella Masseria del Borro, è possibile individuare come attività principale quella della trasformazione dell'uva, in quanto di più antica tradizione aziendale e, proprio per questo, oggetto di innovazioni produttive e commerciali adottate nel corso del tempo, nonché "attrazione" rilevante per gli ospiti dell'agriturismo introdotto successivamente. In particolare, la presenza di un vigneto nelle pregiate varietà di Piedirosso e Falanghina, già presente sui terreni all'epoca in cui la S.r.l. "Masseria del Borro" si costituisce (1993), consentono ai soci-conduttori dopo soltanto un anno dall'avvio dell'attività di aderire alla DOC "Campi Flegrei" (riconosciuta dalla CE nel 1994). Questi, dunque, non fanno altro che continuare una produzione già attiva sui terreni, eseguendo interventi di sistemazione e razionalizzazione degli impianti arborei. Come già detto, in origine le uve prodotte vengono venivano ad alcune grandi cantine locali (come Grotta del Sole, Farro, Caputo, ecc.), e solo successivamente vengono internamente trasformate, a seguito dell'ammodernamento della cantina (effettuato tra il 2001 e il 2004). Tale investimento è stato effettuato anche grazie al sostegno finanziario pubblico, a valere sul POR Campania 2000-2006, e all'assistenza tecnica fornita dalla Confagricoltura nella realizzazione della pratica di finanziamento¹. Infatti la cantina attuale, frutto di una profonda trasformazione che ha azzerato la vecchia struttura rispettandone soltanto la volumetria, dispone oggi di tutto ciò che occorre per arrivare al prodotto finale, dalla pigiatrice alla imbottigliatrice.

Parallelamente, l'azienda inizia a mettere in atto una politica di promozione del proprio marchio, anche attraverso la partecipazione ad iniziative intraprese dalla Regione Campania o da altre istituzioni locali (Strada del vino, fiere, mercati contadini, ecc.). In proposito, l'adesione al marchio collettivo della Regione "Sapori di Campania" ha consentito – ai funzionari competenti impegnati nell'accertamento dei requisiti necessari – di

¹ La cantina preesistente, costituita con vasche di cemento e vetroresina, necessitava di essere completamente rinnovata e adeguata alle nuove tecnologie esistenti, anche a seguito di normative più stringenti in materia di produzione agro-alimentare, e vinicola in particolare (es. obbligo di dotarsi di impianti e attrezzature in acciaio inossidabile, di rivestimenti che agevolassero le operazioni di pulizia, ecc.)

rilevare la presenza di condizioni produttive rispettose dell'ambiente e della qualità che l'azienda si era già imposta in precedenza, testimoniando come essa si collochi in un range qualitativo al di sopra della media regionale.

Nonostante il percorso di sviluppo descritto, la cantina, che oggi potrebbe produrre circa 50.000 bottiglie all'anno, non lavora al massimo della sua capacità produttiva, fornendo dalle 20.000 alle 30.000 bottiglie all'anno. Questo perché, dati gli andamenti di mercato attuali poco favorevoli, gli imprenditori ritengono che le uve ottenute internamente siano più che sufficienti per le quantità di vino che si riescono a vendere, con il vantaggio anche di aver realizzato un ciclo di produzione completamente integrato. Attualmente, infatti, gli sbocchi di mercato per la produzione vinicola di qualità sono complessi e ristretti, data anche la scarsa incidenza positiva delle soluzioni promozionali perseguite dall'azienda a livello locale (es. partecipazione a: Sapori di Campania², Consorzio di Tutela³, mercati contadini⁴), e di scelte più ambiziose, come quella che l'ha vista per quattro anni tra le imprese partecipanti al Vinitaly⁵. Proprio per questo gli intervistati valutano molto più fruttuoso il rapporto diretto con i consumatori/clienti, che la Masseria è riuscita a costruire nel tempo anche grazie ad un proprio punto vendita aziendale e al ricorso ad alcuni rappresentanti commerciali operanti in zona, rifornendo oggi stabilmente alcuni dei ristoranti, enoteche e salumerie più esclusive del circondario.

2 Gli intervistati, pur ritenendo l'iniziativa "Sapori di Campania" potenzialmente utile in termini di unione di produttori e di certificazione di qualità per i consumatori, non la considerano realmente decollata, in quanto "i marchi vanno sostenuti, anche economicamente, per assicurarne la promozione e continui controlli presso gli aderenti", in modo da ridurre i rischi per l'immagine aziendale, tanto più che uniscono sotto un comune denominatore realtà produttive che sono completamente diverse.

3 "In Campania", sostengono gli intervistati "non c'è molta collaborazione tra i produttori e non si riesce a fare gioco di squadra", per cui anche "i consorzi di tutela e promozione dei prodotti di qualità sono solo sulla carta e non riescono a funzionare", a causa in particolare di alcune problematiche, quali insufficienti e soprattutto incostanti quantità di prodotto conferite dai soci e ritorni economici non soddisfacenti per gli aderenti.

4 Il vino, contrariamente alle *commodities* agricole, è un prodotto complesso e "di nicchia", che pertanto richiede una collocazione su canali di vendita più ricercati rispetto a quelli rappresentati dai mercati contadini.

5 I vantaggi del *made in Italy* all'estero sono in generale estremamente limitati per i piccoli produttori, i quali non hanno la stessa capacità delle grandi aziende di sostenere grossi investimenti in marketing: pertanto, anche in manifestazioni di risonanza internazionale, i buyer stranieri si affidano a marchi affermati, con la conseguenza che le piccole aziende non riescono ritagliarsi spazi di nicchia sui mercati sovranazionali.

anni fa come frangimento contro le brezze provenienti dal mare, ma anche per il loro ruolo paesaggistico (maggiore gradevolezza della veduta aziendale per il visitatore e per il circondario), ecologico-funzionale (corridoi biologici di biodiversità) e produttivo (per piccole quantità); i percorsi di qualità intrapresi dall'azienda oltre 20 anni fa, con l'iscrizione alla DOC e, più recentemente, l'adesione allo schema regionale "Sapori di Campania"; l'organizzazione di un ciclo completamente integrato per la produzione del vino – dal campo, all'uva e al prodotto imbottigliato – che presenta vantaggi non solo in termini di costo per l'azienda, ma anche sotto il profilo della

sicurezza alimentare e della riduzione dell'impatto ambientale; il mantenimento di una parte di terreno di confine non coltivato come fascia "tampone" per ostacolare eventuali insediamenti edilizi, anche abusivi, a ridosso della superficie coltivata e delle strutture agrituristiche; la decisione di non macellare gli animali presenti in azienda, tenuti per una funzione prevalentemente educativa, grazie anche alla particolare sensibilità animalista di un componente della famiglia che segue le attività didattiche.

Queste azioni derivano sicuramente da scelte consapevoli della conduzione aziendale, messe in atto per valorizzare e riscontrare una remunerazione

sul mercato dei beni pubblici evidenziati. Il recente orientamento dei consumatori verso un consumo più responsabile e l'attenzione verso la salubrità e le caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari rappresentano, infatti, fattori che aprono importanti spazi di mercato per le imprese agroalimentari.

Si riscontrano, tuttavia, altri servizi classificabili come beni pubblici, questa volta offerti in maniera più indiretta dall'impresa. Sedici ettari di superficie con destinazione agricola, di cui circa 3 di bosco, collocati in un'area altamente urbanizzata, rappresentano un polmone per la città che sopperisce alla limitatezza dello spazio verde urbano, formando un'"oasi felice" – come gli stessi proprietari con fierezza amano affermare – dove i cittadini possono ricrearsi e vivere un'esperienza rurale a pochi passi dal centro della città.

Ecco che, se da un lato l'elevata urbanizzazione restituisce all'impresa un bacino di utenza di estremo interesse economico, dall'altro la particolare vulnerabilità ambientale di una città fortemente popolata, come quella di Napoli, avvalora ancora di più i servizi ambientali e paesaggistici offerti dall'azienda, evidenziando appieno l'intreccio di vicendevole vantaggio tra agricoltura ed urbanizzazione.

Vincoli e opportunità di un'azienda urbana o peri-urbana

In generale, l'agricoltura praticata nel contesto urbano di una grande città convive con elementi "di contorno" che sono certamente molto peculiari, in quanto non ritrovabili in un contesto rurale e, probabilmente, nemmeno peri-urbano, e il territorio che circonda la Masseria del Borro comprende interamente le enormi contraddizioni che connotano la città di Napoli, rappresentando contestualmente grandi opportunità e forti vincoli per lo sviluppo dell'impresa.

L'intensa urbanizzazione che ha caratterizzato soprattutto alcune zone del napoletano, con un progressivo degrado del paesaggio, consumo di suolo disponibile per l'agricoltura e per il verde urbano, è particolarmente evidente nella zona in cui è ubicata l'azienda dove, nell'arco di pochi decenni, sono sorti interi quartieri, trasformando quella che era sostanzialmente un'area agricola in un contesto cittadino

vero e proprio.

Come effetto di tale situazione, attualmente la stessa zona è caratterizzata da norme e vincoli regolamentari più stringenti rispetto a quelli del passato o di altri contesti, per cui l'attività agricola ivi presente rischia di trovarsi "ingessata" in regole atte a contrastare i fenomeni di abusivismo edilizio e a tutelare le aree verdi rimaste disponibili, con ripercussioni negative sui margini di operatività produttiva. Viene citato dagli intervistati, a tal proposito, un esempio in cui tali vincoli possono talvolta addirittura contrastare e rendere difficilmente applicabili le politiche comunitarie e nazionali, come nel caso di quelle atte ad incentivare lo sviluppo e l'uso di energie alternative: gli imprenditori, infatti, hanno rinunciato all'impiego di pannelli fotovoltaici finalizzati alla produzione di energia per autoconsumo, non solo per lo sforzo finanziario connesso all'investimento, ma anche per la difficoltà di ottenere le necessarie autorizzazioni comunali.

La grande città, quindi, in quanto amministrazione complessa e con responsabilità maggiormente disarticolate rispetto a quelle dei centri comunali minori, può risultare più lontana dal cittadino, in termini di cooperazione con le imprese per costruire percorsi comuni di sviluppo ecosostenibile, divenendo in alcuni casi addirittura un ostacolo al rinnovamento armonico delle attività d'impresa.

Inoltre, nella grande città è molto più oneroso controllare il rispetto delle regole esistenti, tanto che, nel caso in esame, nonostante i vincoli stringenti dovuti alla localizzazione aziendale in un'area Parco (, permangono problemi di illegalità diffusa (reati ambientali, elevato rischio di abusivismo edilizio, degrado paesaggistico).

Il possesso di una proprietà terriera in zona urbana, essendo spesso quest'ultima caratterizzata da un più alto tasso di criminalità rispetto alle più tranquille aree rurali, rende anche complessa la gestione della terra stessa, ad esempio rispetto a furti o sversamenti abusivi di cui l'imprenditore può risultare peraltro responsabile. Di conseguenza, diventa necessario difendere i confini della proprietà con apposite recinzioni che, d'altro canto, ostacolano il contatto con il territorio circostante, facendo perdere all'azienda

stessa parte di quella visuale paesaggistica che, ciononostante, riesce ancora ad attrarre.

Naturalmente tali problematiche interessano la qualità della vita di tutti i cittadini e tutte le attività economiche presenti nel territorio, ma divengono particolarmente ostative per quelle imprese agricole che decidono di svolgere attività di tipo ricreativo, didattico e turistico, la cui fruizione può essere scoraggiata già soltanto da una strada di accesso che si presenti abbandonata nella manutenzione strutturale e nella pulizia dai rifiuti, come avviene nel caso della Masseria del Borro, il cui proprietario presenta come “un pessimo biglietto da visita, senza il quale si aumenterebbe il fatturato almeno del 30%, grazie soprattutto all’attività di ricezione; si creerebbe inoltre occupazione, sia diretta che nell’indotto (lavanderie, grossisti, macellerie, pasticcerie, ecc.), migliorando contestualmente l’immagine e il ritorno per l’intero territorio”. La strada, infatti, non è accessibile ai bus turistici (frenando gli investimenti tesi ad incrementare l’ospitalità in alloggio), allontana turisti singoli e gruppi di associazioni, preclude molti eventi tesi ad accogliere ospiti di rilievo.

D’altro canto, le difficoltà prodotte da un contesto di tipo urbano e dalla relativa pressione antropica abitativa possono risiedere anche nell’impossibilità di mettere in atto iniziative in proprio, tese al recupero e alla tutela del territorio in cui l’azienda è collocata. Difficoltà che gli intervistati hanno puntualmente sottolineato con esempi come l’impossibilità di effettuare un eventuale intervento di recupero/manutenzione della strada di accesso pubblica, di competenza esclusiva del Comune, oppure di produrre in regime biologico in un’area agricola così limitata, per la forte contaminazione di prodotti chimici utilizzati dalle aziende limitrofe.

Parallelamente, viene rimarcato che la stessa utenza cittadina appare come un mercato ancora poco “maturo” circa l’apprezzamento del valore di determinate pratiche agricole ecosostenibili. Si ritiene, quindi, che una più incisiva politica pubblica di comunicazione sulle implicazioni positive (ambientali, sociali e culturali) che può avere l’agricoltura localizzata in centri urbani, potrebbe influenzare positivamente lo sviluppo e la tenuta di tali realtà produttive.

Naturalmente gli intervistati sono anche consapevoli dei vantaggi derivanti dalla localizzazione dell’impresa in un contesto urbano. Una possibilità in più per loro è stata per esempio quella di integrare facilmente reddito agricolo ed altri introiti (derivanti dal settore dell’edilizia, della finanza, ecc.). I soci aziendali, “persone di città” oggi dedicate quasi *full time* alla Masseria, da sempre hanno potuto coltivare la loro “passione agricola” proprio grazie alla vicinanza della proprietà terriera ereditata. Peraltro, l’agricoltura ha rappresentato per essi uno sbocco lavorativo importante nel momento in cui altri settori lavorativi sono entrati in crisi. Oggi l’azienda rappresenta una vera e propria scelta di vita e di *mission* sociale, oltre che di lavoro. Uno degli intervistati afferma con assoluta convinzione: “io attualmente non abito qui, ma vedo questo posto come la mia casa del futuro e ho deciso di voler invecchiare qui”.

Altri rilevanti fattori positivi sono legati alla maggiore possibilità di accorciare al massimo la filiera e di ottenere redditi extra-agricoli, facendo da “effetto tampone” a quelli che possono essere i rischi dell’agricoltura, a cui le aziende di piccola dimensione sono certamente più esposte. La piena integrazione dell’impresa in un contesto urbano, le cui infrastrutture risultano oggi molto sviluppate, agevola soprattutto la vendita diretta e la ristorazione, favorendo anche il ritorno degli stessi clienti in più occasioni per la prossimità dei mercati di riferimento. Ma, la vicinanza al centro della città di Napoli e al suo porto turistico di Mergellina è un grande vantaggio anche per il turista che preferisce un turismo alternativo, lontano dal caos cittadino, ma è anche interessato a raggiungere facilmente luoghi di interesse storico-culturale o anche naturalistico. L’attività agrituristica quindi rappresenta una potenziale fonte di reddito non indifferente in un contesto in cui la vocazione turistica è altissima e le strutture ricettive sono spesso scarse o inadeguate.

Infine, un’azienda la cui proprietà terriera ricada in un centro urbano ha l’opportunità di consentire la pratica agricola ad altri soggetti interessati al settore, ma che non hanno i mezzi o un facile accesso alla terra, come nel caso dell’apicoltore, potendo così incontrare la domanda di tali soggetti con un mutuo

vantaggio per entrambe le parti.

Tutti i fattori positivi elencati, in una città così urbanizzata, hanno un valore ancora maggiore per l'azienda, poiché *“a Napoli sono rimasti oramai pochi fazzoletti di terra*, essi consentono, infatti, forme di integrazione città-campagna che, nel contesto urbano napoletano, rappresentano delle “eccezioni alla regola”.

In definitiva, nonostante queste opportunità, quello che più sembra mancare all'azienda è un buon rapporto con la politica locale. Il supporto delle istituzioni basterebbe oggi ad agevolare soprattutto le attività connesse all'agricoltura, che sono pure quelle che possono fungere più facilmente da “cassa di risonanza” anche all'estero, promuovendo e qualificando l'immagine di un intero territorio, con vantaggi comuni per la collettività intera. Una pianificazione e politica economica territoriale che tenga opportunamente conto delle specificità dell'agricoltura urbana e peri-urbana, aiuterebbe, invece, a garantire la sopravvivenza di micro realtà produttive che, seppure non strategiche sul piano economico in senso stretto, lo sono per i servizi che possono rendere all'area cittadina circostante sul piano della salubrità ambientale, della tutela e gradevolezza del territorio, della genuinità dei prodotti e, non ultimo, in termini di ricettività turistica semplice e a carattere familiare.

3.2.7 Azienda agricola apistica Correnti Mariano (Palermo)

L'azienda

L'azienda agricola apistica Correnti Mariano si trova in una zona collinare, a 200 metri sul livello del mare, a ridosso di Misilmeri, un comune di circa 29.000 abitanti della parte estrema della cosiddetta “Conca d'oro”, zona adiacente alla città di Palermo famosa per essere stata fino agli anni '70 punto di riferimento in tutta Europa per la produzione di limoni.

L'azienda, che ha un'estensione di 2,5 ettari distribuita su due appezzamenti, si occupa principalmente dell'allevamento di api e, in particolare, della razza italiana “apis ligustica mellifera” e, da 3 anni, della razza autoctona dell’“apis mellifera siciliana”,

L'azienda

Distanza dal centro urbano: 13 km
Specializzazione: apicoltura
Superficie aziendale: 2,5 ha
Forma di conduzione: diretta, con manodopera familiare prevalente
Dipendenti: n. 1 stagionale
Principali attività connesse azienda didattica, vendita diretta, trasformazione e confezionamento prodotto, contoterzismo
Vendita diretta: in azienda e in occasione di eventi e manifestazioni locali e nazionali
Sito internet: -

oggi presidio Slow food. Nota più comunemente come “ape nera”, l’apis mellifera siciliana, a differenza delle altre razze di api, è molto produttiva anche a temperature elevate (oltre i 40°) ed è caratterizzata da uno sviluppo precoce della covata (tra i mesi di dicembre e gennaio), che rende possibile la produzione di miele da fioriture invernali (nespolo, carrubo e mandorlo). L'azienda, che conta oggi 400 famiglie di api, ha adottato la tecnica del “*nomadismo apiaro*”, che comporta lo spostamento delle arnie lungo il territorio siciliano in funzione delle zone di fioriture: le diverse postazioni sono a Ciminna, a Balestrate, a Mezzoiuso per il castagno e nei pressi del Lago dello Scanzano, un lago artificiale che si trova principalmente nel territorio del comune di Piana degli Albanesi e in parte nel territorio del comune di Monreale. I prodotti di questa attività sono il miele, ottenuto da fioriture siciliane millefiori, arancio, sulla, castagno ed eucalipto, la pappa reale, la propoli, il polline e la cera vergine, a fogli o in pezzi.

Nell'azienda viene allevato attualmente anche un cavallo, del quale si occupa il giovane figlio dell'imprenditore, appassionato di equitazione. L'imprenditore, però, intende inserire in azienda anche alcune razze autoctone siciliane, quali le capre girgentane, gli asini ragusani o di Pantelleria, delle galline e il cane cirneco dell'Etna, o “cinneco”, la razza più antica delle 14 italiane.

Circa due ettari della superficie aziendale sono destinati alla coltivazione di oliveti di diverse varietà, quali Pizzo di Corvo, Nocellara del Belice, Termitana e Ogliara. La rimanente parte, invece, è dedicata pre-



valentemente alla coltivazione di un antico vigneto ad alberello (9 are), mandorleti (37 are) e altri alberi da frutto, nella misura di 5/6 alberi per tipologia. Nel frutteto dell'azienda si trovano in particolare susine, pesche, albicocche e il famoso kaki di Misilmeri, una cultivar caratterizzata dall'assenza del seme interno, che fa registrare all'azienda una produzione di circa 3 quintali all'anno. La coltivazione di questo particolare frutto autunnale (23 are), inserito nell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali stilato dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, costituisce motivo di orgoglio e vanto sia per l'azienda Correnti sia per il piccolo centro agricolo. Si tratta, infatti, del prodotto agricolo caratteristico del paese, per il quale dal 2006 viene organizzata ogni anno, nel mese di novembre, una sagra che permette la degustazione anche di confetture e prodotti di pasticceria realizzati con il frutto. Per la promozione e la tutela della cultivar "Farmacista Honorati" gli agricoltori della zona si sono riuniti nell'*Associazione Kaki*, di recente costituzione, alla quale conferiscono l'intera produzione, che da quest'anno viene commercializzata nei mercati generali di Roma, Milano e Genova. Fatta eccezione per circa 20 ettari in provincia di Catania e tre ettari a Siracusa, il kaki viene coltivato quasi esclusivamente a Misilmeri su una superficie di 250 ettari, registrando quasi 40 mila quintali di produzione annua. L'azienda, infine, è impegnata anche nella coltivazione di alcuni prodotti orticoli (come ad esempio lattughe, zucchine legionarie e broccoli), utilizzati prevalentemente per autoconsumo.

La produzione annuale si attesta sui 40 quintali per

l'olio, sui 50 quintali per le mandorle fresche, sui 3 quintali per i kaki, mentre per il miele la produzione oscilla dai 3 ai 10 quintali.

Il mercato di riferimento è prevalentemente locale, in quanto buona parte delle produzioni (miele e altri derivati dell'alveare, ortaggi, frutta, olio) viene commercializzata direttamente nello spaccio aziendale o utilizzata per la preparazione delle merende dei partecipanti agli incontri didattici. La parte eccedente, invece, viene venduta soprattutto a commercianti misilmeresi e palermitani. La cera, per esempio, viene venduta in pezzi ad ebanisti, negozi specializzati in materiali per belle arti e gallerie d'arte, mentre quella trasformata in fogli viene richiesta generalmente dalle scuole per la realizzazione di laboratori di candele.

Mariano Correnti ha instaurato nel tempo forti legami con il territorio, mostrandosi convinto sostenitore del fatto che la costituzione di una rete tra le aziende locali svolga un ruolo importante per il sostegno del loro reddito, della qualità e stagionalità dei loro prodotti e per la valorizzazione dell'identità del comprensorio. Uno dei modi in cui si estrinseca questa sua filosofia è dato dall'utilizzo di arance, ricotta e altri formaggi, mandorle tostate, biscotti alle mandorle e biscotti col miele prodotti da altre aziende locali per la preparazione delle merende da offrire ai bambini e ai loro accompagnatori in occasione delle attività didattiche svolte in azienda. Ciò fa sì che l'azienda Correnti riesca ad offrire ai suoi visitatori la possibilità di assaporare anche alcune produzioni tipiche e di qualità del territorio. Dopo una prima esperienza lavorativa in un'industria tessile fiorentina, tornò in Sicilia nel 1983 quando si avvicinò per la prima volta al mondo delle api, iniziando a lavorare per una cooperativa apicola. E così, fino a quando nel 1993 prese la decisione di avviare un'azienda apistica tutta sua, comprò le sue prime api e realizzò un primo laboratorio di smielatura a mano in un locale annesso all'abitazione di famiglia, sita all'interno di Misilmeri.

Dopo il matrimonio nel 1996 con Rosalba Brigantino e la nascita del loro primogenito, nel 1999 la passione per l'attività avviata aumenta sino a determinare la partecipazione di Correnti al bando indetto nell'ambito della Misura 9.3 del POP Sici-

lia 1994/1999¹² a sostegno del settore apicolo. Attraverso il finanziamento del POP, l'imprenditore ha potuto procedere alla costruzione di un magazzino di circa 180 m², all'acquisto delle attrezzature per il laboratorio di smielatura (come la disopercolatrice, lo smielatore automatico o il maturatore) e per il confezionamento (invasettatrice automatica) e degli sciami, nonché alla sistemazione della strada di accesso all'azienda e della recinzione del terreno. I lavori furono completati nel 2001.

L'appoggio incondizionato della moglie, con la quale Mariano Correnti condivide lo stesso amore per la natura e per l'ambiente rurale, si è rivelato nel tempo di grande importanza per la crescita dell'azienda. L'organizzazione interna, infatti, poggia sulla costante collaborazione della moglie, alla quale viene affidata la gestione amministrativa e le attività di promozione dell'azienda, oltre che la gestione delle attività didattiche, avviate dopo aver frequentato il corso per operatore didattico organizzato nel 2009 dalla Regione Siciliana. L'azienda ha iniziato così ad offrire percorsi educativi, soprattutto in favore di bambini della scuola dell'infanzia e delle scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado, e a presentare saltuariamente la propria esperienza e le proprie conoscenze nel corso di lezioni svolte presso il Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università di Palermo. Considerato il successo ottenuto con l'attività connessa, che ha determinato un importante ritorno di immagine dell'azienda non solo nel territorio di Misilmeri, ma anche in quello della limitrofa Palermo, l'imprenditore e la moglie intendono far crescere questo settore di attività, potenziando innanzitutto le infrastrutture necessarie allo svolgimento delle attività didattiche. Il prossimo obiettivo, quindi, è quello di procedere alla realizzazione di quelle opere di adeguamento della struttura aziendale considerate necessarie per l'inserimento nell'elenco regionale delle aziende didattiche accreditate dalla Regione Siciliana, come ad esempio la dotazione di almeno un servizio igienico accessibile ai disabili o la realizzazione di strade di accesso

al centro aziendale facilmente percorribili anche da pullman, di spazi adeguati di manovra e di un ampio parcheggio. Considerata la presenza di animali e l'intenzione di aumentare anche le specie di razze autoctone allevate in azienda, il desiderio della famiglia Correnti sarebbe quello di ottenere l'accreditamento come "fattoria didattica", ma le attuali ridotte estensioni aziendali e la frammentarietà dei fondi, tipica del territorio misilmerese, non consentono di estendere la base aziendale sino al minimo di 15 ettari di superficie agricola utilizzata richiesti. In ogni caso, nei progetti di prossima realizzazione è previsto un ampliamento della superficie agricola, da attuare prendendo in comodato d'uso anche un altro appezzamento di 2,5 ettari. La richiesta alla Regione Siciliana sarà trasmessa esclusivamente per l'accreditamento come "azienda didattica".

L'azienda si è avvalsa dell'ausilio di più operai stagionali fino al 2011, anno a partire dal quale è diventata a prevalente conduzione familiare, con l'impiego di un solo operaio stagionale.

Nel 2012 procede, con il supporto della SOAT di Collesano¹³, all'inserimento nell'apiario dell'ape nera sicula, presidio slow food di tutela e salvaguardia delle razze.

In seguito, grazie ad un ulteriore finanziamento, ottenuto nell'ambito del bando per la realizzazione di "Azioni dirette a migliorare la produzione e commercializzazione del miele", azioni C2.1 e E1, campagna 2013/2014, Correnti ha potuto acquistare nuove arnie, complete di melario e telaini, e nuove famiglie di api, arrivando così ad un totale di 400 famiglie.

Momenti di particolare difficoltà economica per l'azienda sono stati affrontati circa tre anni fa, quando le arnie si sono spopolate a causa di una invasione di calabroni. Oggi, invece, si teme l'infestazione da *Aethina tumida*, un coleottero che può portare al danneggiamento dei favi, alla perdita di miele e polline e persino alla perdita di intere famiglie di api.

12 Programma Operativo Plurifondo – Sicilia 1994-1999 approvato con decisione C(95) 2194 del 28 settembre 1995.

13 La SOAT di Collesano è uno dei partner coinvolti nell'attuazione del progetto "Reintroduzione e conservazione della sottospecie a rischio estinzione *Apis mellifera* siciliana (Dalla Torre, 1896): un omaggio al Prof. Pietro Genduso", che ha tra gli obiettivi principali anche la reintroduzione della sottospecie *Apis mellifera* siciliana prevalentemente nelle province di Agrigento, Palermo e Trapani.

Le aspettative dei coniugi Correnti erano sicuramente più contenute. *“Forse noi abbiamo gli occhi troppo pieni di questa bellezza e non riusciamo a vedere”*, dicono i coniugi Correnti, ma il fatto che i partecipanti agli incontri didattici si attardino in azienda diverse ore dopo la conclusione dei lavori dà dimostrazione del senso di accoglienza che viene avvertito e del benessere trasmesso dall’ambiente rurale.

I coniugi Correnti sono intenzionati a trasmettere al prossimo quell’energia positiva che solo il contatto con le piante e gli animali può dare. Il loro obiettivo principale oggi è quello di riuscire a far crescere l’azienda, in modo da poter offrire un’opportunità di lavoro a chi è meno fortunato, come donne abusate o ragazzi che hanno subito violenze. Nel frattempo, grazie soprattutto alla vicinanza alla città di Palermo, sono impegnati anche nell’accoglienza di ragazzi con difficoltà, quali per esempio quelli del Centro educativo di Logopedia, Psicomotricità e Psicologia di Palermo. *“È stato il più bel regalo di Natale che abbia mai ricevuto”*, dice la signora Brigantino, considerato che i ragazzi non erano mai usciti di casa, mentre una volta arrivati in azienda sono riusciti ad interagire con gli animali, a salire sul cavallo e anche a partecipare alla lavorazione del miele.

I rapporti con il mercato

I prodotti aziendali vengono commercializzati prevalentemente tramite vendita diretta presso lo spaccio aziendale. Infatti, da quando è stata avviata l’attività didattica (2009), l’azienda ha smesso di distribuire miele all’ingrosso, riuscendo a vendere l’intera produzione al dettaglio, sia in occasione degli incontri didattici che di visite ad hoc. La sede legale dell’azienda, tra l’altro, si trova in una zona centrale del paese di Misilmeri, in cui operano diversi uffici pubblici, quali l’ufficio territoriale dell’Assessorato regionale dell’Agricoltura, un ufficio per l’impiego, l’ASL e un ufficio dell’INPS, che avendo competenza territoriale anche sui paesi limitrofi, garantiscono un’importante affluenza di utenza.

Di rilievo sono anche le vendite realizzate in occasione della partecipazione ad eventi e manifestazioni locali, quali il “Mercato del contadino” della Coldiretti, che si svolge ogni sabato mattina presso la Villa



Sperlinga di Palermo, le “Domeniche d’eccellenza” organizzate a Palermo dalla Regione Siciliana, alle quali l’azienda ha partecipato come partner dei laboratori del gusto, o la Festa di primavera svoltasi presso il Parco Uditore di Palermo nel 2015, durante la quale sono stati realizzati anche laboratori didattici e rappresentazioni sulla vita delle api.

Per promuovere la sua attività, Mariano Correnti partecipa anche ad eventi nazionali, quali la fiera annuale “I giorni del miele”, che si svolge a Lazise (VR) e che costituisce la più grande vetrina europea dei mieli italiani, dei derivati dal miele, di attrezzature e materiale apistico, editoria e associazioni apistiche. Giunto alla 36° edizione, l’evento ha riscosso sempre maggiore interesse, riuscendo a coinvolgere anche settori diversi dall’agricoltura e dal commercio, come ad esempio il mondo della medicina e della formazione universitaria. La partecipazione alla fiera ha costituito un importante momento di crescita per l’azienda, in quanto ha permesso a Correnti di promuovere la propria attività e i propri prodotti confrontandosi anche con altre importanti aziende del settore impegnate nella diffusione del ruolo dell’apicoltura nell’alimentazione e dell’innovazione tecnologica nel settore e nella promozione del rispetto dell’ambiente per la salvaguardia dell’ape.

Tra le altre manifestazioni italiane di maggior interesse nel settore enogastronomico alle quali ha partecipato l’azienda Correnti si annovera anche la fiera “La Buona Tavola”, svoltasi a Modena e giunta alla 15° edizione. L’evento, che presenta un’importante gamma di prodotti che spaziano dal salato al dolce,

dal tipico al biologico, e una vasta selezione di vini, ha il vantaggio di costituire un qualificato punto di incontro per gli operatori del settore e gli appassionati.

Da un paio di anni, poi, si sta aprendo per l'azienda un nuovo mercato costituito dalle "bomboniere solidali", commissionate per matrimoni o battesimi. I barattolini di miele utilizzati a tal fine sono quelli da 40 g., che hanno un costo variabile a seconda delle decorazioni utilizzate (nastri, copri capsula di stoffa o iuta, calamite, ecc.), o quelli da 250 g.. I barattolini da 40 g., inoltre, vengono richiesti anche come segnaposti da utilizzare in occasione dei ricevimenti.

Gli altri prodotti aziendali (olio, vino, frutta e ortaggi) sono destinati prevalentemente all'autoconsumo. Le quote in esubero, invece, vengono vendute principalmente presso lo spaccio aziendale, e in modo residuale a qualche fruttivendolo del paese e della vicina Palermo.

I rapporti con il territorio

L'azienda Correnti aderisce all'ARAS, Associazione regionale Apicoltori Siciliani, con sede a Palermo, e all'associazione Turismo Terra del Sole di Bagheria, che promuove il territorio locale, i suoi prodotti tipici, enogastronomici e artigianali, organizzando educational tour e gite scolastiche, culturali ed enogastronomiche, anche tramite l'attivazione di fruttuose collaborazioni con consorzi di sviluppo locale, quali il GAL Metropoli Est s.c.a r.l..

La partecipazione agli incontri periodici organizzati dall'Associazione regionale Apicoltori Siciliani e ai corsi di formazione organizzati dall'Assessorato regionale dell'Agricoltura della Regione Siciliana, tramite i suoi uffici territoriali, dal CRA-API e dalla Federazione Apicoltori Italiani permette a Correnti di confrontarsi con altre esperienze imprenditoriali locali, aggiornarsi continuamente e, in generale, di consolidare i rapporti con soggetti pubblici e privati del territorio. Questo aggiornamento continuo accompagnato dall'attenzione del signor Correnti verso i temi dell'etica, della legalità e della trasparenza, hanno garantito all'azienda, unica fonte di reddito della famiglia, di nascere e continuare ad espandersi in un percorso di riconosciuta legalità.

Significativa è stata la collaborazione nata sin da



subito con la SOAT (Sezione Operativa di Assistenza Tecnica) di Misilmeri¹⁴, che ha sempre fornito assistenza tecnica per le operazioni colturali. Dal 2009, poi, il rapporto si è esteso anche alla signora Brigantino e così, grazie alla SOAT, l'azienda è stata coinvolta in diverse manifestazioni pubbliche, quali il G8 University Summit 2009 tenutosi a Palermo l'8 e il 9 maggio 2009 in occasione del quale ha inserito il proprio miele nei "Panari delle bontà", in sagre e interventi di educazione alimentare presso alcune scuole primarie e secondarie di primo grado, ove ha potuto far conoscere sia il proprio miele che gli altri prodotti dell'alveare.

La convinzione che dal confronto nasca sempre qualcosa di buono e che la collaborazione tra persone che condividono gli stessi obiettivi e ideali dia sempre buoni frutti sta ispirando l'adesione dell'a-

¹⁴ Oggi, a seguito della riorganizzazione del Dipartimento regionale dell'Agricoltura dell'Assessorato dell'Agricoltura della Regione Siciliana, U.I.A. (Ufficio Intercomunale Agricoltura) del comprensorio di Misilmeri.

zienda all'associazione senza scopo di lucro "La Tavola Italiana", che dovrebbe concretizzarsi all'inizio del 2016. Dell'associazione viene condiviso, in particolare, il percorso di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sul valore e sulla qualità della filiera alimentare italiana, nonché il disciplinare unico che racconta l'origine del cibo italiano sulla base delle cosiddette. "5A: Agricoltura, Alimentazione, Ambiente, Artigianato e Arte".

Diverse sono, poi, le collaborazioni con le direzioni didattiche di Misilmeri, e in particolare con la scuola media Cosmo Guastella, insieme alla quale partecipa al Comenius, un programma finalizzato allo sviluppo della conoscenza e della comprensione della diversità culturale e linguistica europea. Da quest'anno, poi, l'azienda è sponsor della scuola primaria secondo Circolo Didattico "V. Landolina", avendo effettuato una donazione in favore del fondo costituito per i bambini meno abbienti. Il cammino di legalità intrapreso dall'azienda viene riconosciuto anche a livello locale, come dimostra la segnalazione della stessa come buona pratica di legalità nell'ambito della manifestazione "I giorni dell'arcobaleno" organizzata dal secondo circolo didattico nel mese di aprile.

La qualificazione dell'azienda anche nel settore sociale si va consolidando, poi, con la partecipazione a nuovi progetti, come il progetto "I.SO.LA. – Includere, Sostenere, Lavorare", promosso dalla Cooperativa sociale Progetto Uomo di Misilmeri e finanziato dal Fondo Sociale Europeo, Asse III – Inclusione sociale, per la realizzazione di progetti volti all'inclusione socio-lavorativa di soggetti in condizione di disagio ed esclusione sociale – Priorità "A" Disabilità Fisica e Psicica. Grazie al progetto, due ragazzi affetti da disabilità mentale hanno potuto svolgere esperienze lavorative dentro l'azienda, partecipando alle attività culturali, alla raccolta dei kaki, al processo di smielatura e alla costruzione di muretti a secco.

Infine, la vicinanza della struttura aziendale alla città e la natura delle attività svolte rende l'azienda Correnti appetibile per lo svolgimento di tirocini pratico-applicativi di laureandi della Facoltà di Agraria dell'Università di Palermo e per lo svolgimento di altre attività formative, come il 1° Master in Apicoltura, patrocinato dal Comune di Misilmeri e organizzato



dalla Federazione Italiana Pizzaioli nel mondo, che si svolgerà nel mese di novembre 2015 presso la sede dell'azienda.

La multifunzionalità

Come emerge da quanto sin qui esposto, l'azienda Correnti, ubicata in un contesto peri-urbano, è un tipico caso di multifunzionalità in agricoltura, in quanto riesce ad offrire insieme alla produzione primaria, anche servizi connessi e beni pubblici di grande interesse sia per la vicina città di Palermo che per i Comuni di Misilmeri e Bagheria.

L'azienda, che è stata avviata con l'allevamento delle api e la coltivazione di ortofrutta, si è poi caratterizzata nel territorio per l'avvio dell'attività didattica, che ha risposto sia alla necessità di instaurare una comunicazione diretta col cittadino sia alla volontà di creare una forma di reddito supplementare. È così che l'insieme delle attività economiche svolte è riuscita a qualificarla nell'intero territorio provinciale come un "luogo che sa accogliere" e nei cui

prodotti si vedono la passione e la determinazione del conduttore e della sua famiglia. Lo sviluppo economico dell'azienda, infatti, è positivamente influenzato dall'impegno sociale e dalle convinzioni etiche e religiose che animano da sempre i coniugi Correnti. Tutto questo, facilitando la nascita di rapporti fiduciari con le persone, ha reso la vendita diretta il principale canale commerciale. Questo tipo di vendita, come già detto, avviene prevalentemente presso lo spaccio aziendale, in favore di consumatori che si recano in azienda nei giorni dedicati per effettuare gli acquisti, o che vanno a ritirare i prodotti ordinati preventivamente tramite telefono o e-mail, o che si trovano in azienda per avere accompagnato i bambini ad incontri didattici, o per avervi partecipato personalmente.

I progetti di rafforzamento dell'attività didattica prevedono l'adeguamento degli spazi aziendali alle disposizioni stabilite dal D.D.G. n. 1262/2010 per l'accreditamento dell'azienda presso la Regione Siciliana, con conseguente iscrizione nell'albo regionale delle aziende didattiche. A tal fine, i coniugi Correnti prevedono, in primis, l'adeguamento degli spazi esterni e dei locali interni per lo svolgimento delle azioni didattiche, di accoglienza e intrattenimento,

anche in caso di condizioni meteorologiche sfavorevoli. Sono previsti, poi, interventi di adeguamento delle strade di accesso al centro aziendale, per garantirne il raggiungimento anche dai pullman.

Vincoli e opportunità di un'azienda peri-urbana

La prossimità alla città di Palermo (13 km) e ai centri abitati di Misilmeri (450 m) e di Bagheria (quasi 14 km) costituisce un importante vantaggio per l'azienda, soprattutto da quando ha avviato l'attività didattica, in quanto sono sempre più numerosi gli asili, gli istituti scolastici e le associazioni e le cooperative che, avendone sentito parlare, la contattano proprio grazie alla sua vicinanza. *"Il nostro punto di forza è essere a ridosso della città"*, dice Rosalba Brigantino. Infatti, a differenza di quanto accade per le aziende ubicate nelle aree interne della Sicilia, per raggiungere le quali è necessaria un'organizzazione più complessa e più tempo a disposizione, l'azienda è facilmente raggiungibile.

Vicino allo scorrimento veloce Palermo-Agrigento, l'azienda si trova in una piccola collina della zona perimetrale alla città di Palermo, caratterizzata dalla presenza di ville, terreni privati coltivati, ville per

L'attività didattica

Dal 2009 partecipa all'attività aziendale anche la moglie di Mariano Correnti, che ad un certo punto decide di lasciare il suo lavoro di estetista e commessa di una profumeria di lusso, per contribuire allo sviluppo dell'attività di famiglia. Partecipa, quindi, alla smielatura, all'invasettamento del miele, all'etichettatura e alla vendita dei prodotti aziendali. Il passaggio alla nuova attività lavorativa, tuttavia, non è stato semplice, a causa soprattutto dei ritmi lavorativi più lenti e della chiusura del contesto dell'azienda agricola apistica. Tuttavia, una volta compreso il valore del contatto con la terra per il proprio benessere psicofisico e per la costruzione di positive relazioni interpersonali, la signora Brigantino iniziò a condividere questo patrimonio con il numero più ampio possibile di persone. Per questa ragione, già addetta ai servizi all'infanzia, decide di partecipare al corso per operatore di fattoria didattica e, col sostegno del marito, di avviare tale attività in azienda. Questa attività connessa ha contribuito in modo strategico alla crescita economica dell'azienda, alla sua promozione nel territorio comunale, provinciale e regionale, e al suo migliore posizionamento nel mercato. Infatti, è con l'ingresso Rosalba Brigantino nella vita aziendale che sono nate le prime partecipazioni ad eventi provinciali e fiere nazionali, finalizzate a far conoscere le produzioni aziendali, la filosofia e le metodologie produttive adottate, nonché le rilevanti proprietà nutraceutiche che caratterizzano il miele, gli altri derivati dell'alveare, quali la pappa reale, la propoli e il polline, e il kaki di Misilmeri.

Durante le visite programmate vengono offerte merende sia di produzione propria sia a base di altri prodotti locali. I coniugi Correnti, infatti, sono forti sostenitori del territorio e dei suoi prodotti tipici. Per questo

hanno costruito nel tempo significativi rapporti di collaborazione e di stima con gli imprenditori agricoli e zootecnici della zona, i cui prodotti vendono utilizzati per preparare le merende da offrire ai visitatori di tutte le età che partecipano alle attività didattiche in azienda. Questa strategia di crescita aziendale collegata alle tipicità del territorio trova oggi riconoscimento e visibilità nella concessione dell'uso del logo "Sicilia km 0", effettuata dall'Assessorato regionale dell'Agricoltura della Sicilia con decreto n. 2811 del 19/05/2015 a fronte dell'assunzione formale dell'impegno ad approvvigionarsi, nel corso dell'anno solare, per l'80% (in termini di valore) di prodotti agricoli e/o trasformati regionali a "km 0".

I percorsi didattici offerti riguardano: la società delle api (dalla primavera ad ottobre, conoscenza della società delle api nel contesto della natura), la vita dell'alveare (dalla primavera a settembre, conoscenza della vita all'interno dell'arnia), la smielatura (percorso di smielatura con procedimenti e metodi da fare tutti insieme) e la storia del kaki di Misilmeri, ossia della cultivar "Farmacista Honorati" (drammatizzazione della storia del kaki). Vengono realizzati, inoltre, incontri didattici sul processo che va dall'estrazione alla trasformazione della cera. A questi si aggiungono i laboratori sulla coltivazione dell'orto e sul riciclaggio e quelli di libera creatività o emozionali. Un tipo di laboratorio particolarmente coinvolgente per i bambini è stato quello di "dripping", una particolare tecnica pittorica che consiste nel far gocciolare il colore sulla tela. Queste attività permettono ai bambini di imparare le capacità coloranti degli alimenti, di scegliere un "albero amico", di disegnare le proprie sagome in grandi fogli di carta, in cui vengono costruite delle storie sotto forma di vignette.

Tra l'altro, per rendere più interessanti gli incontri, Rosalba Brigantino coinvolge i bambini in vere e proprie rappresentazioni teatrali, durante le quali a ciascuno di loro vengono consegnati il tutù dell'ape regina, la tuta dell'apicoltore, i cerchietti con le antenne, le calottine dei fuchi e le ali in modo da mettere in scena la vita delle api.

Nel periodo estivo, infine, vengono organizzati dei campus settimanali a tema. Il contatto con le scuole avviene normalmente a seguito dell'invio da parte della signora Brigantino di un progetto educativo; altre volte, invece, sono direttamente le scuole a chiamare, dopo aver sentito delle esperienze positive avute da altri istituti scolastici, tanto più che l'azienda Correnti è l'unica azienda apistica presente nel comprensorio.

Per il futuro gli obiettivi sono tanti e prevedono l'accreditamento dell'azienda presso la Regione Siciliana, con conseguente inserimento nell'albo regionale delle aziende didattiche. Nel lungo termine, prevedono anche l'inserimento lavorativo del figlio, che già pensa all'impianto di un campo di melograni. Infine, con specifico riguardo alle attività didattiche, i coniugi Correnti intendono realizzare un'aula laboratorio separata dagli altri ambienti e ampliare gli spazi esterni, con la costruzione di una grande cucina, la creazione di un'area giochi, di un minizoo e di un "percorso degli odori", con erbe aromatiche quali menta, rosmarino, salvia e origano. In un'ottica di eco sostenibilità aziendale, è previsto che tutti gli ambienti, i percorsi e gli spazi esterni siano completati con l'inserimento di tabelle, cartelloni e segnaletica interna a impatto zero.

ricevimenti e dove già da un anno si muovono alcuni escavatori per la costruzione di un acqua park. L'impianto, se da un lato desta qualche preoccupazione in quanto mina la serenità, i silenzi e i ritmi lenti tipici delle campagne, dall'altro lascia presagire un incremento turistico nella zona, con possibili ritorni economici per imprese e aziende locali.

La carenza di infrastrutture nel settore stradale, segnalata più volte all'amministrazione locale, costitui-

sce, invece, uno dei principali punti di debolezza per l'azienda. Infatti, la necessità di interventi di manutenzione delle strade, l'assenza di adeguati sistemi di gestione delle acque piovane e della segnaletica stradale incidono negativamente sulle possibilità di sviluppo dell'attività connessa. Ed è proprio il supporto delle istituzioni locali che viene fortemente auspicato dai coniugi Correnti, convinti del fatto che sia precisa responsabilità delle amministrazioni locali

garantire la sopravvivenza e lo sviluppo delle piccole aziende operanti a ridosso dei centri abitati, che, oltre a produrre beni sani e genuini, contribuiscono alla tutela dell'ambiente, alla promozione turistica del territorio e alla valorizzazione delle sue specificità.

3.3 I fattori della “reattività”: i casi a confronto

I casi di studio presentati in questo rapporto mostrano, in sintesi, che ciò che accomuna le aziende agricole di successo è la capacità dell'imprenditore di saper superare i principali limiti dettati dalla condizione di peri-urbanità e al contempo saper sfruttare appieno le opportunità offerte dalla realtà in cui operano.

Allo stesso tempo, come schematizzato nella figura 3.1, le caratteristiche dell'imprenditore agricolo, tra cui l'avversione al rischio, le sue attitudini, motivazioni e valori sono strettamente collegati ad una serie di fattori, interni ed esterni all'azienda, che nel complesso determinano la “reattività” aziendale, ovvero la capacità di adottare strategie di successo che riescono a trarre pieno profitto dalla condizione di peri-urbanità.

La reattività delle aziende agricole può essere così interpretata, semplificando, come il risultato delle interazioni dell'imprenditore con queste quattro di-

mensioni: (i) le condizioni aziendali; (ii) il contesto; (iii) il mercato; (iv) le politiche. I principali fattori emersi dai casi di studio aziendali, sintetizzati nella tabella 3.2, sono analizzati più nel dettaglio nei paragrafi seguenti.

L'imprenditore

La ricerca scientifica si sta interrogando sempre di più sui temi legati all'imprenditorialità in agricoltura, sulla definizione di imprenditore agricolo e sul rinnovato ruolo degli agricoltori nella società contemporanea (Sotte e Arzeni, 2013; de Wolf et al, 2007; McElwee e Bosworth, 2010). Questo interesse molto probabilmente è dovuto, tra gli altri, a due motivi strettamente collegati tra loro, ovvero il crescente peso della multifunzionalità e delle strategie di diversificazione adottate dalle aziende agricole e la necessità di favorire il ricambio generazionale in agricoltura.

All'interno di questo dibattito emergono alcuni elementi di riflessione particolarmente rilevanti anche nel contesto dell'agricoltura peri-urbana, soprattutto rispetto ai profili imprenditoriali necessari per il rafforzamento di un tipo di agricoltura che presenta caratteristiche del tutto peculiari anche dal punto di vista del capitale umano, in termini sia imprenditoriali sia di disponibilità di manodopera.

Infatti, come ampiamente documentato in recenti studi (Pascucci, 2008; Zasada, 2011; Vandermeulen

Figura 3.1 – I fattori della reattività dell'agricoltura peri-urbana

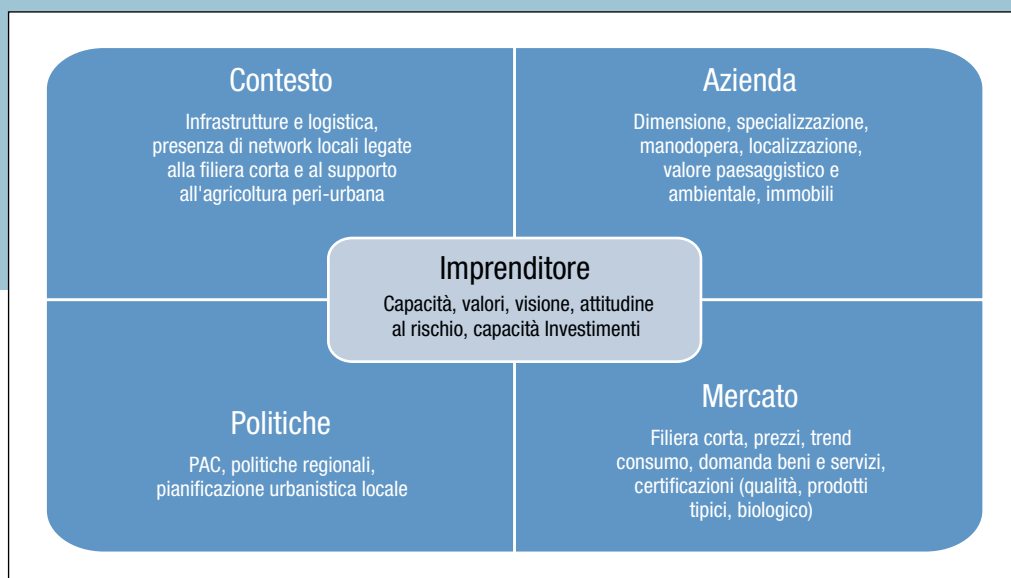


Tabella 3.2 – I principali fattori della reattività nelle aziende analizzate

Casi di studio	Azienda	Contesto	Mercato	Politiche
Fattoria Roggero – Imprenditore: forti motivazioni ideologiche su agricoltura sociale, prodotti km 0, sostenibilità ambientale	Investimenti in laboratori trasformazione e conservazione prodotti	Forti legami con il territorio (associazioni, fiere e manifestazioni)	Strategia basata esclusivamente sulla vendita diretta	Accreditamento come fattoria didattica
Serre sul Mare & Il pesto di Pra' – Imprenditore: forte legame con il territorio e prodotti locali, imprenditore proveniente dal settore commerciale	Investimenti in tecnologia e ricerca, trasformazione, innovazione continua nei prodotti e packaging	Buona integrazione con il quartiere (grazie a laboratorio e fattoria didattica), partecipazione (e sponsorizzazione) eventi locali	Prevalentemente GDO e dettaglio tradizionale, vendita diretta come scelta "sociale"	Investimenti grazie a contributi PSR
Cascina Battivacco – Imprenditore: attenzione alla sostenibilità ambientale e al benessere animale	Riqualificazioni di immobili, innovazioni commerciali e di servizio	Ottima integrazione con cittadini, istituzioni locali e attività del Parco Sud di Mia no	Riso: prevalentemente grandi confezionatori: Altri prodotti: ruolo importante vendita diretta, vendita prodotti di altre aziende	Pagamenti diretti, contributi PSR in passato
Cascina Bressanella – Imprenditore: motivazioni ideologiche su stagionalità, prodotti km 0, sostenibilità ambientale, ruolo sociale e didattico dell'agricoltura	Investimenti finalizzati alla vendita diretta (spaccio aziendale, box schemes) e alla multifunzionalità	Forti legami con i consumatori locali, imprenditrice attiva in Coldiretti, responsabile regionale Donna Impresa	Strategia di mercato fortemente incentrate sulla vendita diretta	Pagamenti diretti, contributi PSR in passato
Tenuta della Mistica – Imprenditore: soci e consiglieri CdA con diverso background ma forte orientamento a progetti sociali	Azienda come "laboratorio" sociale: es. agri- aperitivo, giornate tematiche, tirocini per studenti	Numerose collaborazioni (Fondazione Parco della Mistica; Associazione vegana, Forum Agricoltura sociale, ASL, Municipio V, etc.	Prevalentemente vendita diretta e mercati (70%), società di distribuzione "Biosolidale" e GAS, mense scolastiche	PSR, PIF ma anche progetti a sfondo sociale (finanziamenti servizi sociali, regione), finanziamenti privati
Masseria del Borro – Imprenditore: visione prevalentemente "commerciale" per agriturismo e ristoro; imprenditori provenienti da altri settori (edilizia e finanziario)	Ristrutturazione immobili, ammodernamento cantina, promozione agriturismo	Legami con altre aziende e imprese del territorio per le forniture agriturismo e per la vendita diretta	Vendita prodotti in agriturismo, vendita anche a cantine locali, enoteche e ristoranti	PSR fondamentale per avvio attività, in seguito adesione Consorzio di tutela dei vino Campi Flegrei (DOC)
Azienda agricola apistica Correnti – Imprenditore: forte legame col territorio e con i prodotti locali, motivazioni ideologiche sul ruolo sociale e didattico dell'agricoltura e sui prodotti a km 0	Investimenti per ampliamento delle superfici aziendali e loro adeguamento alle attività didattiche	Forti legami con istituzioni ed associazioni locali, federazioni ed enti nazionali, imprese del territorio, associazioni e consumatori locali, partecipazione e organizzazione eventi	Strategia commerciale basata principalmente su vendita diretta (spaccio aziendale, fiere)	Pagamenti diretti, finanziamenti per avvio attività con POP Sicilia 1994/1999

et al., 2006) e come dimostrato dai casi aziendali analizzati in questo rapporto, le strategie imprenditoriali delle aziende professionali localizzate in prossimità di grandi centri urbani assumono delle connotazioni specifiche dettate dalle numerose influenze esercitate dal contesto di peri-urbanità. Innanzitutto, le numerose opportunità lavorative offerte dai centri urbani possono favorire lo spostamento della manodopera e del conduttore verso altri settori, attraverso la disattivazione di forza lavoro o lo sviluppo di forme di pluri-attività o di part-time. Queste aziende, definitive "adattive" (cfr. par. 2.2.2) si differenziano sostanzialmente dalle aziende "reattive", che invece tendono a mantenere i fattori della produzione all'interno

dell'azienda agricola cercando di ampliare lo spettro delle attività e rafforzando i legami con i cittadini, sia attraverso varie forme di vendita diretta, sia attivando i processi di diversificazione (fattorie didattiche, agriturismo, ristorazione, agricoltura sociale, etc.). Di conseguenza, queste aziende, a differenza delle adattive, non tendono a disattivarsi dal punto di vista dell'impegno imprenditoriale e del lavoro impegnato in azienda, ma anzi restano la fonte primaria di attività per l'imprenditore, le cui competenze all'interno dell'azienda si diversificano e si specializzano anche al di fuori del settore primario in senso stretto. Queste nuove tipologie di attività e di relazioni con i cittadini-consumatori attivate dalle aziende reattive

richiedono capacità imprenditoriali specifiche che, di fatto, possono essere favorite dal background degli imprenditori stessi e dal contesto in cui si trovano a sviluppare il proprio business. A questo proposito i casi aziendali analizzati, pur comprendendo vari tipi di conduzione (diretta con salariati, familiare, società, cooperative sociali), mettono in luce come la reattività delle aziende peri-urbane sia strettamente collegata alle capacità manageriali e organizzative degli imprenditori, alla loro propensione al rischio, ma anche alle loro motivazioni, attitudini e ai loro valori.

L'insieme di questi fattori è certamente influenzato dal contesto, dove evidentemente la scelta di continuare (o iniziare) a fare agricoltura è condizionata dalla localizzazione dell'azienda stessa, dalle relazioni che l'imprenditore è riuscito ad attivare e dal suo specifico background. La maggior parte degli agricoltori intervistati ha riconosciuto come le loro competenze e la loro strategia imprenditoriale siano fortemente collegate al contesto urbano dove risiedono, e come questi siano stati elementi cruciali nello sviluppo di aziende agricole professionali orientate alla multifunzionalità. Questo è particolarmente evidente per la cooperativa sociale di Roma, dove il diverso background dei soci e consiglieri del Consiglio di Amministrazione ha favorito lo sviluppo di un'azienda orientata alle produzioni di qualità, alla sostenibilità ambientale e ad una proficua integrazione della produzione orticola con progetti a carattere sociale, culturale ed educativo. Analogamente, le aziende Serre sul Mare di Genova e Masseria del Borro di Napoli hanno tratto giovamento e impulso dalle attività svolte in precedenza dagli attuali conduttori. Nel primo caso la provenienza dal settore commerciale ha certamente favorito lo sviluppo di un'attività fortemente incentrata sull'innovazione e sul marketing; mentre nel secondo caso è evidente come la provenienza dal settore edilizio abbia giocato un ruolo determinante negli investimenti nelle infrastrutture aziendali e nello sviluppo di una strategia di diversificazione orientata ai servizi turistici e ricreativi.

Infine, un altro fattore che è stato evidenziato da tutti gli agricoltori intervistati è legato alla motivazioni personali, alle attitudini e ai valori personali, che

spesso si traducono in forti incentivi ad indirizzare le aziende agricole peri-urbane verso processi produttivi e verso strategie commerciali basate sulla multifunzionalità. Se è evidente che questo tipo di motivazioni e attitudini sono determinanti anche per aziende localizzate in zone rurali, dai casi di studio emerge in maniera netta come lo stretto rapporto con i consumatori finali, nonché la prossimità e la conoscenza diretta di organizzazioni sociali ed economiche delle aziende peri-urbane, di fatto influenzi in larga misura le motivazioni e le attitudini degli agricoltori, incentivandoli ad attivare percorsi innovativi che riescono a coniugare la redditività aziendale con la sostenibilità ambientale e sociale delle produzioni.

L'azienda

Se in un contesto peri-urbano nel determinare il successo di aziende multifunzionali le caratteristiche e il background degli imprenditori agricoli giocano un ruolo di primo piano, le strategie aziendali sono strettamente legate anche alle condizioni strutturali e finanziarie specifiche di ogni impresa. È evidente, ed i casi di studio qui analizzati lo dimostrano, come la dimensione aziendale, la specializzazione, il patrimonio immobiliare e la disponibilità di manodopera siano fattori determinanti nella scelta, da parte dell'imprenditore, delle strategie di vendita e delle attività connesse da attivare. Alcuni casi aziendali mostrano come la disponibilità di manodopera familiare, ed in particolare la presenza femminile, siano importanti fattori di reattività, in particolare per le aziende agricole che incentrano le loro attività connesse sulle fattorie didattiche come l'azienda Correnti a Palermo e la Cascina Battivacco a Milano, ma anche per le aziende che hanno sviluppato progetti di agricoltura sociale, come nel caso della Fattoria Roggero a Torino. Per alcune aziende, invece, i fattori interni che si sono rilevati determinanti nello sviluppo di attività connesse e di strategie innovative di vendita sembrano più legati alla condizione economica e finanziaria, dove il problema della gestione del rischio e della necessità di diversificare (e incrementare) le fonti di reddito risultano particolarmente strategiche. Emblematiche di questa situazione sono le aziende Serre sul Mare a Genova e Masseria del Borro a Na-

poli, che come risultato della specializzazione aziendale e delle spiccate capacità imprenditoriali, hanno intrapreso percorsi aziendali che puntano sulla trasformazione dei prodotti e sull'incremento del valore aggiunto in azienda.

Quello che però accomuna tutti casi analizzati è il fatto che percorso evolutivo di queste aziende risulta fortemente legato al tessuto produttivo e sociale delle diverse aree metropolitane. In molti casi la "reattività" si basa su strategie di diversificazione che sono state sviluppate non tanto in risposta a fattori di rischio esterni, ma piuttosto come l'evoluzione naturale di un percorso di integrazione con i mercati e le comunità locali. Da questo punto di vista, il caso più emblematico è la Tenuta della Mistica di Roma, una cooperativa sociale che anche grazie al crescente riconoscimento del ruolo sociale e ambientale da parte della popolazione locale, nonché della volontà e alle competenze specifiche di alcuni membri, è stata trasformata in un'azienda agricola multifunzionale ben collegata nel contesto economico locale.

Il contesto

Tra i fattori esterni che influenzano la reattività dell'agricoltura peri-urbana, un elemento chiave è il contesto territoriale in cui sono si trovano ad operare le aziende. In questa analisi ci riferiamo al contesto territoriale in senso lato, includendo non solo le risorse materiali disponibili (terra, acqua, strade e altre infrastrutture), ma anche la presenza di reti istituzionali e sociali (istituzioni locali, le ONG, la società civile, presenza di GAS e di gruppi di consumatori), che in molti casi rappresentano uno stimolo importante per l'imprenditore a diversificare e a cercare processi innovativi nello sviluppo della propria impresa.

Per quanto concerne le risorse materiali, nella maggior parte dei casi gli agricoltori hanno identificato la disponibilità di terra come il principale fattore limitante per lo sviluppo di attività agricole in contesti peri-urbani. Infatti, se la frammentazione del territorio e l'accesso alla terra è un problema molto sentito anche nelle aree rurali, è evidente che i conflitti tra i diversi usi del suolo sono accentuati nelle aree peri-urbane, dove i prezzi dei terreni sono generalmente più elevati e soprattutto dove la disponibilità

di terreni è fortemente influenzata dal processo di urbanizzazione in atto, che spesso si traduce nella conversione da uso agricolo ad altri usi (produttivi, residenziali o infrastrutture). L'incertezza sulla futura disponibilità di terreni agricoli, in particolare per le aziende specializzate nelle produzioni che necessitano maggiori superfici (es. cerealicoltura o zootecnia estensiva), può spingere gli agricoltori a modificare la specializzazione produttiva o, nei casi più estremi, ad abbandonare l'attività agricola.

Questi problemi sono stati sottolineati in particolare dall'azienda apistica Correnti a Palermo, dove la scarsa disponibilità di terreni agricoli non solo rappresenta il principale fattore limitante per la produzione, ma di fatto impedisce a questa azienda di ottenere l'accreditamento come fattoria didattica, che secondo la normativa regionale viene concessa ad aziende con almeno 15 ettari di Sau.

Allo stesso tempo, i casi di studio mostrano che la competizione nell'uso delle risorse, che spesso è considerata come un elemento di svantaggio per l'agricoltura praticata in prossimità delle aree urbane, può essere trasformata in un punto di forza ed uno stimolo alla reattività.

Tra i casi analizzati, quelli più emblematici nel mettere in atto una reazione positiva rispetto alla disponibilità della risorsa suolo, sono il caso della Fattoria Roggero (Torino), della Cascina Battivacco (Milano) e dell'azienda Serre sul Mare (Genova). Queste aziende dimostrano come la scarsa disponibilità dei terreni in contesti peri-urbani possa essere trasformata in uno stimolo a riorientare la produzione o a incentrare lo sviluppo aziendale nell'ottica della diversificazione e della multifunzionalità. L'imprenditore Roggero, ad esempio, a capo di un'azienda storicamente specializzata nella produzione di carni bovine, ha investito in un settore, l'apicoltura, che di fatto può trarre giovamento dalla frammentazione dei terreni, in quanto le diverse caratteristiche dei suoli e della vegetazione favoriscono la produzione di diversi tipi di miele. Nel caso della Cascina Battivacco, nonostante la totale dipendenza dall'affitto dei terreni aziendali sia stata riconosciuta dall'imprenditore come un importante fattore limitante e di incertezza, di fatto si è tradotto in un forte incentivo ad intraprendere numerose

Tabella 3.3 – Punti di debolezza e di forza legati al contesto

Caso di studio	Punti di debolezza	Punti di forza
Fattoria Roggero	Viabilità e accesso all'azienda (azienda non raggiungibile con mezzi pubblici)	L'apicoltura si avvantaggia di frammentazione terreni per la presenza di essenze diverse; presenza di eventi e manifestazioni
Serre sul Mare & Il pesto di Pra'	Problemi accesso azienda e difficoltà per operazioni di carico, scarico e manutenzione impianti (vicinanza centro abitato)	Area densamente popolata con buon rapporto con cittadini
Cascina Battivacco	Pressione urbanistica; tutti i terreni sono in affitto; contatto con il pubblico non sempre facile (es. visite fuori orario)	Grande bacino di utenza, crescente interesse per agricoltura da parte dei cittadini e della politica (stimolate anche da Expo)
Cascina Bressanella	Problemi di accesso alla terra (sia per affitto che acquisto); difficoltà a reperire manodopera giovane e qualificata, concorrenza altre aziende peri-urbane	Area densamente popolata con buon rapporto con cittadini
Tenuta della Mistica	Nessun tipo di condizionamento o problemi ambientali dati dalla vicinanza al centro urbano, ma problema di accesso alla terra (es. necessità stabilità usufrutto)	Forte fidelizzazione consumatori; posizione strategica per iniziative innovative di tipo culturale e ristorazione
Masseria del Borro	Elevata urbanizzazione, abusivismo edilizio, illegalità diffusa e reati ambientali, scarso supporto istituzioni locali, scarsa manutenzione e sicurezza territorio	Presenza di forti flussi turistici, possibilità integrazione reddito in altri settori
Azienda agricola apistica Correnti	Infrastrutture carenti e difficoltà di accesso azienda; frammentarietà dei fondi	Posizione strategica dell'azienda, che garantisce un importante bacino di utenza sia per il commercio dei prodotti aziendali che per le attività didattiche

attività connesse. Nel caso dell'azienda Serre sul Mare la risposta alla scarsità di terreni, invece, è stato l'investimento nella trasformazione del basilico e nell'innovazione tecnologica, che hanno consentito non solo di aumentare della produttività aziendale, ma anche di incrementare il valore aggiunto di un processo produttivo altamente specializzato.

Tra gli altri fattori di reattività legati al contesto, come già evidenziato, le aziende riconoscono un ruolo centrale alla presenza di relazioni con i soggetti istituzionali, con le comunità locali e con le diverse organizzazioni presenti nei centri urbani. Nonostante queste relazioni siano state considerate centrali nello sviluppo delle strategie aziendali dalla totalità degli imprenditori intervistati, il ruolo di relazioni consolidate con le istituzioni e le organizzazioni locali è stato particolarmente enfatizzato laddove i processi di diversificazione sono basati su progetti a carattere sociale ed educativo, come nel caso dell'agricoltura sociale e delle fattorie didattiche. Al contempo, in un tessuto peri-urbano l'evoluzione delle relazioni di mercato, soprattutto per le aziende fortemente orientate alla vendita diretta e ad altre strategie legate alla filiera corta, sono spesso il risultato della valorizzazione di una rete di relazioni locali, che di fatto ha

stimolato la reattività di queste aziende.

I casi aziendali qui descritti mostrano, infatti, come sia possibile la creazione di veri e propri network tra agricoltori periurbani e cittadini, in cui attraverso un rapporto di reciproca conoscenza ed interazione, basato sulla fiducia e la cooperazione, si possono creare una serie di attività "innovative". Ne sono testimonianza le innovazioni commerciali sviluppate da alcune aziende (es. carte regali e cesti natalizi della Cascina Battivacco a Milano o i "box schemes" della Cascina Bressanella in Brianza), ma anche le innovazioni di carattere sociale e culturale che vedono la partecipazione attiva dei cittadini nella vita aziendale (es. La Tenuta della Mistica a Roma).

Il mercato

Le relazioni di mercato delle aziende agricole peri-urbane sono originate da una complessa combinazione di fattori in parte già evidenziati sopra, tra cui la dimensione e la specializzazione aziendale, la disponibilità di manodopera, la vicinanza ai mercati finali e la presenza di infrastrutture e logistica. Anche se l'analisi di queste complesse combinazioni non può essere trattata in maniera esaustiva attraverso un limitato numero di aziende, i casi studio proposti

in questo rapporto mettono in luce alcune possibili combinazioni di strategie di mercato che possono intraprendere le aziende agricole professionali localizzate in vicinanza di centri urbani. Infatti, i casi mostrano come la vicinanza ai mercati di sbocco, alle infrastrutture e alle istituzioni di vario tipo consenta alle aziende peri-urbane di attivare diverse relazioni all'interno delle filiere agro-alimentari, con strategie basate sul mercato locale, sul mercato nazionale o internazionale e, in alcuni casi, su una combinazione dei due. Infatti, nonostante tutte le aziende analizzate abbiano attivato forme di filiera corta (vendita diretta in azienda, mercati contadini, gruppi di acquisto solidale, mense scolastiche, *box scheme*), le relative strategie di commercializzazione possono assumere connotazioni anche molto diverse.

Semplificando, attraverso i casi studio è possibile individuare tre strategie, nelle quali la filiera corta assume un ruolo sostanzialmente diverso.

La prima riguarda le aziende che hanno cercato di sfruttare appieno la condizione di peri-urbanità investendo sul rapporto diretto con i consumatori e sulla valorizzazione di varie forme di vendita diretta e di filiera corta (Fattoria Roggero, Cascina Bressanella, Tenuta la Mistica, Azienda Correnti). Per queste aziende la vendita diretta rappresenta la principale, se non l'unica, forma di commercializzazione dei prodotti, attivata spesso in risposta alle sollecitazioni esterne, ma spinta anche alle motivazioni personali di questi imprenditori, che credono fortemente nella necessità di promuovere nuove forme di produzione e commercializzazione di prodotti alimentari per mettere in pratica il loro impegno verso la sostenibilità sociale e ambientale. In questi casi è interessante evidenziare le forti connessioni e sinergie tra le forme di vendita diretta e la diversificazione: il coinvolgimento diretto in progetti locali legati alla dimensione sociale o ambientale dell'agricoltura, così come la presenza di relazioni ben consolidate con i consumatori locali, ha favorito una strategia altamente orientata ai mercati locali, dove la commercializzazione di prodotti alimentari è fortemente integrata ad attività quali la ristorazione, l'agriturismo, le attività didattiche e culturali.

La seconda strategia riguarda, invece, quelle

aziende dove la vendita diretta dei prodotti viene accompagnata da strategie di commercializzazione più tradizionali, che vedono il coinvolgimento di rivenditori e distributori locali, ma anche relazioni commerciali con la grande distribuzione e altre imprese agricole (Cascina Battivacco e Masseria del Borro). La commercializzazione di queste aziende si basa sulla combinazione tra i mercati locali e nazionali, dove la quota più rilevante della produzione è commercializzata attraverso i mercati tradizionali, ma le varie forme di vendita diretta assumono un ruolo rilevante soprattutto in un'ottica di valorizzazione dei prodotti attraverso le attività connesse (agriturismo e ristorazione). Nel caso della Cascina Battivacco, ad esempio, la maggior parte del riso prodotto dall'azienda viene commercializzato attraverso grandi confezionatori, mentre una parte viene lavorata da una riseria locale e venduta direttamente nel punto vendita aziendale. In questo caso gli stimoli alla diversificazione, ovvero la vicinanza della città e la presenza del parco agricolo, hanno favorito anche la commercializzazione diretta di prodotti provenienti da altre imprese agricole dell'hinterland di Milano, favorendo lo sviluppo di una rete di aziende peri-urbane.

Un altro caso interessante di utilizzo "strategico" della filiera corta è la Masseria del Borro a Napoli, dove la vendita di vino in azienda, seppur di limitata consistenza rispetto al fatturato complessivo, rappresenta un importante veicolo promozionale del prodotto aziendale, che consente di fidelizzare i consumatori e ampliare le richieste presso le enoteche e gli altri ristoranti della zona.

Mentre per queste aziende l'uso di filiere corte rimane comunque rilevante, il caso dell'azienda Serre sul Mare di Genova può essere considerato emblematico per il terzo tipo di strategia, caratterizzata da una forte integrazione con i circuiti convenzionali e con la filiera agro-alimentare nazionale. Questo caso mostra come le aziende peri-urbane possano sfruttare al meglio la loro collocazione (infrastrutture, vicinanza a grossisti e distributori) per attivare forme di commercializzazione tradizionali, mentre la vendita diretta viene percepita dall'imprenditore agricolo come una "scelta simbolica e sociale", che in qualche modo dà un valore aggiunto alle attività di di-

versificazione, ma con un'integrazione minore con le attività connesse rispetto alle altre due tipologie.

Le politiche

Alcuni studi mostrano come le politiche di sostegno al settore agricolo rivestano un ruolo importante anche per la competitività delle aziende peri-urbane, soprattutto laddove riescono a stimolare strategie basate sull'offerta di beni e servizi aggiuntivi alla popolazione locale attraverso la valorizzazione della multifunzionalità (Heimlich e Barnard, 1997; Pacucci, 2008). Allo stesso tempo, come evidenziato da Vandermeulen et al. (2006), per dare un impulso decisivo alla reattività delle aziende peri-urbane è necessario che le politiche agricole e di sviluppo rurale siano accompagnate da strumenti di regolazione regionali e locali, ovvero da una serie di interventi finalizzati ad una pianificazione urbanistica e ad una gestione degli spazi aperti che siano funzionali al mantenimento e alla valorizzazione dell'agricoltura professionale in contesti urbanizzati.

I casi aziendali descritti in questo rapporto non solo confermano queste evidenze, ma mostrano anche una diversa percezione delle politiche da parte degli agricoltori: sebbene l'intervento pubblico sia generalmente considerato un importante sostegno per la loro attività, in molti casi sembra che il suo potenziale non sia completamente espresso.

Le principali limitazioni relative alle politiche comunitarie segnalate dagli agricoltori – in particolare per quanto riguarda i programmi di sviluppo rurale – riguardano la loro complessità, la mancanza di flessibilità e il carico burocratico che di solito comportano. Per queste ragioni, durante gli ultimi anni alcuni imprenditori hanno deciso di beneficiare esclusivamente dei pagamenti diretti della PAC e hanno sviluppato le attività connesse senza alcun sostegno da parte delle politiche di sviluppo rurale (es. Cascina Battivacco e Cascina Bressanella). Al contrario, altri imprenditori (es. Serre sul Mare, Masseria del Borro e Azienda Correnti) hanno evidenziato come la politica di sviluppo rurale non sia stata solo un importante supporto per diversificare le loro aziende, ma anche un fattore determinante nello sviluppo della loro idea imprenditoriale. Anche da parte di questi agricoltori però non sono mancate critiche, in alcuni casi sot-

tolineando (es. Masseria del Borro) la mancanza di sostegno da parte delle istituzioni locali nel creare le condizioni per stimolare le attività connesse quali l'agriturismo e le energie rinnovabili. Infatti, anche se gli strumenti a disposizione delle istituzioni locali sono diversi dal sostegno finanziario assicurato dai PSR, la scarsa integrazione delle politiche comunitarie con le normative locali è stata riconosciuta come uno dei principali limiti allo sviluppo della multifunzionalità dell'agricoltura peri-urbana.

Da questo punto di vista, una questione centrale è quella dei conflitti per l'uso del suolo, che potrebbe essere affrontato innanzitutto attraverso un maggiore coordinamento delle politiche. Il sostegno agro-ambientale assicurato dalla PAC dovrebbe essere, ad esempio, armonizzato con le strategie di pianificazione territoriale adottate dai comuni e dalla regioni. Infatti, come sottolineato da alcuni agricoltori, una strategia di pianificazione locale basata sull'obiettivo di preservare i terreni agricoli in molti casi è un fattore essenziale per evitare fenomeni di abbandono e per mantenere un tessuto di aziende competitive e professionali in contesti peri-urbani. Da questo punto di vista il caso più emblematico è quello della Cascina Battivacco, in quanto la valorizzazione della multifunzionalità e il mantenimento della sua vocazione cerealicolo-zootecnica sono state possibili grazie alla presenza del Parco Agricolo Sud di Milano. Anche se le aziende agricole situate in questo parco non sono completamente esenti dal rischio di ri-conversione di alcuni terreni, l'attrattiva turistica del parco e la rete di aziende che contribuiscono attivamente alla sua gestione hanno indubbiamente favorito lo sviluppo di strategie di vendita diretta, nonché lo sviluppo di attività ricreative ed educative di un numero consistente di aziende (Migliorini e Scaltriti, 2012).

In sintesi, un migliore coordinamento delle politiche, e una più semplice accessibilità ad esse, sono fattori essenziali per assicurare alle imprese peri-urbane servizi di elevata qualità e per stimolarle ad esercitare un'offerta innovativa, capace di accrescere il valore aggiunto delle produzioni agricole e delle esperienze di vendita diretta, dei gruppi di acquisto, dei prodotti a filiera corta, e più in generale, per sostenere lo sviluppo di attività extra-agricole integrative.

Bibliografia

- Cagliero R. e Trione S. (2005), "La filiera corta: una risposta alle criticità e alle potenzialità della carne bovina biologica", in Povellato A. (a cura di), *La zootecnia biologica bovina e suina in Italia: tecniche e mercato*, ESI, Napoli
- Cembalo L., Cicia G. e Del Giudice T. (2002), Una nuova proposta metodologica per l'analisi della customer satisfaction: una applicazione al box scheme, *Rivista di Economia Agraria*, LVII, n. 4, pp. 717-732
- Codecasa L. (2001), Dall'antipasto al dolce, tutto secondo natura, *Corriere della Sera*, 1 marzo 2001, pag.53.
- de Wolf, P., McElwee, G. E Schoorlemmer, H. (2007), The European farm entrepreneur: a comparative perspective, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 4, No. 6, pp 679-692.
- Gamble M. (2003), Common forms of community food systems, Conondale, Seed International, www.permaculture.au.com
- Heimlich R.E. e Barnard C.H. (1997), Agricultural adaptation to urbanisation? Farm types and agricultural sustainability in US metropolitan areas, In Audirca I. (ed.), *Rural sustainable development in America*, Wiles and Sons, New York.
- Heimlich R.E. e Brooks D.H. (1989), Metropolitan growth and agriculture: farming in the city's shadow, Economic research Service – USDA, Agricultural Economic Report n. 619.
- Lange A., Piorr A., Siebert A. e Zasada I. (2013), Spatial differentiation of farm diversification: How rural attractiveness and vicinity to cities determine farm households' response to the CAP, *Land Use Policy*, Vol. 31, No. 2, pp. 136-144.
- McElwee G. e Bosworth G. (2010), Exploring the strategic skills of farmers across a typology of farm diversification approaches, *Journal of Farm Management*, Vol. 13, No. 2, pp 819-838.
- Migliorini P. e Scaltriti B. (2012), Evaluation of sustainability of the farms in the Agricultural Park of South Milan and their production chain, *New Medit*, No. 4/2012, pp 53-56.
- Sotte F. e Arzeni A. (2013), Imprese e non-imprese nell'agricoltura italiana. Una analisi sui dati del Censimento dell'Agricoltura 2010, Working Paper n. 20, Gruppo 2013 Coldiretti.
- Vandermeulen V., Verspecht A., Van Huylenbroeck G., Meert H., Boulanger A., Van Eecke E. (2006), The importance of the institutional environment on multifunctional farming systems in the peri-urban area of Brussels, *Land Use Policy*, Vol 23, No 4, pp 486–501.
- Zasada I. (2011), Multifunctional peri-urban agriculture – A review of societal demands and the provision of goods and services by farming, *Land Use Policy*, Vol. 28, No. 4, pp 639-648.



Capitolo 4

L'agricoltura urbana

4. L'agricoltura urbana

4.1 Introduzione

In situazioni di forte urbanizzazione, l'attività agricola, realizzata con modalità e finalità diverse da quelle tradizionalmente diffuse sul nostro territorio, acquista valori e significati di sempre maggiore interesse. Le esperienze in ambito urbano sono molte e differenti per attività realizzate, soggetti coinvolti, modalità, finalità, ecc. Si tratta soprattutto di iniziative dal forte valore simbolico, finalizzate a generare benefici innanzitutto sociali, ambientali o di altro tipo, ma anche di attività produttive, seppure di dimensioni economicamente contenute.

Le potenzialità dell'agricoltura urbana sono state evidenziate da numerosi studi, che ne hanno studiato funzioni ed effetti: essa rappresenta un valido strumento per contribuire a tessere i legami sociali anche in situazioni di forte degrado o crisi; a preservare e migliorare la qualità della vita delle popolazioni urbane; ad assicurare alimenti sani e nutrienti, mezzi di sussistenza sostenibili, migliori condizioni di salute, soprattutto nelle aree più povere; a promuovere l'educazione ambientale, il rapporto con l'alimentazione e i cicli naturali; a riqualificare gli spazi urbani; a integrare le diverse generazioni, le diverse comunità e culture, ecc.. L'agricoltura urbana, in sintesi, risulta uno strumento strategico per favorire uno sviluppo sostenibile delle città e riequilibrare i rapporti tra il mondo rurale e quello urbano, con funzioni ecologiche, sociali, estetiche, produttive, ecc.

Di recente dalla FAO è stata indicata come *una via d'uscita alla povertà*, per il ruolo strategico che svolge per la qualità della vita delle città, dove si con-

centra la maggioranza della popolazione mondiale, contribuendo ad assicurare la sicurezza alimentare nei Paesi in via di sviluppo e a incrementare ovunque l'offerta di servizi ambientali.

Quelli che appaiono all'occhio poco attento soltanto come spazi curati per il tempo libero e la didattica spesso, infatti, offrono un contributo importante anche alla riduzione dell'inquinamento, alla limitazione del consumo di suolo nelle città, alla mitigazione degli effetti del rumore e alla conservazione di specie animali e vegetali. Ne contesti urbani, orti e giardini condivisi costituiscono sì occasioni di svago e di incontro sociale, ma rendono anche possibile il controllo del territorio e l'allontanamento di attività indesiderate, come atti di vandalismo, e dunque forniscono maggior sicurezza alla popolazione. In sintesi contribuiscono, quindi, alla riqualificazione dei quartieri e delle città, con effetti economici e sociali anche sui beni privati (in primo luogo le abitazioni) e pubblici che sorgono su quelle aree (Ingersoll et al., 2008)

I poli urbani presentano, oltre ad un gran numero di aziende agricole, una varietà di aree adibite a orti coltivati, piccoli frutteti, vigneti, oliveti, ecc., che in alcuni casi sorgono in aree occupate abusivamente, marginali o degradate e in altri casi in aree concesse dalle amministrazioni secondo regole specifiche. A volte tali esperienze, anche quando sorgono su suolo pubblico, sono prive di relazioni con il contesto circostante ed escludono dalla fruizione degli spazi la popolazione locale. In altri casi, invece, la gestione degli spazi e delle produzioni è tale da permettere uno scambio continuo con la comunità e il territorio circostante, con un arricchimento diffuso

in termini di socialità e coesione. La grande differenza nella gestione e nella finalità di queste esperienze riduce enormemente le potenzialità sociali, educative, terapeutiche dell'agricoltura urbana e rende difficile l'attività di pianificazione e la realizzazione di programmi condivisi che le amministrazioni possono cercare di avviare. Nonostante la crescita di tali spazi, i poli urbani presentano ancora ampie superfici di non costruito e non utilizzato, che purtroppo ancora troppo spesso sono viste come spazi residuali o di potenziale cementificazione, invece che come opportunità di sviluppo di attività agricole con funzioni produttive, sociali, ambientali che potrebbero contribuire a ricostruire il rapporto tra pubblico e privato, offrendo beni e servizi per le comunità locali.

Negli ultimi anni, la popolarità dell'AU è aumentata notevolmente in nord America, in Europa, soprattutto in quella del nord, in Australia, anche per la crescente domanda di cibo locale e per l'attenzione di larghe fasce della popolazione a un'alimentazione sana, alla riduzione degli sprechi lungo la filiera alimentare, alle economie locali sostenibili. Di conseguenza, si registra un continuo aumento in molti paesi di agricoltori professionali che lavorano in aree urbane e peri-urbane e di giardini ed orti, oltre che di forme di filiera corta (Hodgson et al., 2011).

Si sono, inoltre, sviluppate forme di pianificazione territoriale e alimentare che danno all'agricoltura urbana una valenza fondamentale per lo sviluppo delle comunità urbane. Esperienze significative di orti e giardini urbani sono state realizzate anche in Francia, in particolare a Parigi, in Germania, Austria, per parlare dell'Europa, come anche in numerosi centri degli Stati Uniti, del Canada, dell'Australia, ecc. come si potrà vedere più avanti in questo lavoro, nelle schede dedicate alle diverse mappature.

Accanto all'aumento delle forme di AU, negli ultimi anni si è registrato anche un aumento dell'attività i analisi del fenomeno, tesa il più delle volte a studiare le caratteristiche e gli effetti di specifiche esperienze in contesti circoscritti, anche a causa della mancanza di fonti informative su larga scala, in grado di delineare con maggiore dettaglio il fenomeno.

Un inquadramento parziale del fenomeno può essere fatto analizzando i dati relativi ad indagini di dettaglio svolte in alcune città, come New York, Chicago, San Francisco, che confermano un trend evolutivo in forte crescita negli Stati Uniti.

In Italia, secondo i dati ISTAT (2013), la superficie media comunale dei capoluoghi di provincia utilizzata come superficie agricola (SAU) è pari al 45,5% del territorio, con la crescente diffusione nelle città di "orti urbani", attivati in 44 amministrazioni per una superficie media pari allo 0,2% della SAU presente. Le differenze tra le varie circoscrizioni sono notevoli: nel Nord-ovest sono presenti nel 72% delle città, nel Nord-est in poco meno del 60% e nelle città del Centro sono il 41%; nel Sud, invece, gli orti urbani sono presenti solo a Napoli, Andria, Barletta e Palermo.

Risultano, invece, in diminuzione gli orti familiari, collocati all'interno delle aziende agricole destinati all'autoconsumo, e le relative superfici utilizzate a tali fini.

L'impressione che si ha nell'analizzare i dati, tuttavia, è che il quadro presentato sia sì articolato ma che non renda conto della pluralità delle forme che la nostra agricoltura assume e che solitamente sfuggono alle statistiche. Si tratta, in particolare, di attività agricole di dimensioni ridotte per superficie utilizzata e reddito prodotto, capaci però di produrre effetti rilevanti di tipo economico, ambientale e sociale. Tali attività coinvolgono persone occupate in altri settori produttivi o uscite dal mercato del lavoro (pensionati, disoccupati) e sono orientate prevalentemente, sebbene non esclusivamente, all'autoconsumo. Si tratta di un'agricoltura orientata verso la produzione di ortaggi, frutta, vite e olivo, e la loro trasformazione per uso domestico, ma anche, seppur in misura ridotta, finalizzata alla vendita diretta, lo scambio o il regalo.

Questo tipo di agricoltura produce effetti rilevanti sul paesaggio agrario e sulla strutturazione delle città, per la sua capacità di presidiare il territorio, recuperarlo dall'incuria e dall'abbandono, restituirlo alle comunità locali.

Ad occuparsi della terra, quindi, non sono solo gli agricoltori tradizionali o i nuovi contadini, ma anche

famiglie, soggetti occupati in altri settori, disoccupati e inoccupati, pensionati, giovani che vogliono tentare nuovi percorsi di vita. A guidare queste persone ci sono motivazioni diverse (Weber, 1998), dal recupero immaginario dell'infanzia e dei ricordi al sogno di un'alimentazione più sana, dalla voglia di vivere in un ambiente meno inquinato, anche se per poche ore a settimana, alla voglia di creare in poco tempo qualcosa di utile e di consumarlo insieme.

4.2 La nuova mappatura spaziale dell'AU realizzata dal CREA

Nel 2014, nell'ambito del progetto "Promozione della cultura contadina" coordinato dal CREA (ex Istituto Nazionale di Economia Agraria), è stata sviluppata una metodologia per la mappatura spaziale dell'agricoltura urbana utilizzando dati telerilevati e strumenti di web-mapping¹ liberamente disponibili. L'obiettivo principale è stato quello di inquadrare territorialmente il fenomeno dell'agricoltura urbana (AU), con particolare riguardo a quell'attività non orientata al mercato, che potremmo definire, semplificando, di tipo amatoriale. È stata, quindi, creata una base dati aggiornata per analizzare le aree coltivate in termini quantitativi e spaziali, con il massimo livello di dettaglio informativo possibile offerto dagli strumenti e dai dati disponibili. Tutto ciò, anche nell'ottica di sopperire ad una mancanza, piuttosto comune nelle varie realtà metropolitane, di informazioni complete ed aggiornate sul fenomeno, prodotte e distribuite ufficialmente.

L'attività è stata condotta sulle città di Roma e Milano. Nel caso di Roma, data l'enorme estensione dei limiti amministrativi, l'area di studio è stata confinata dal perimetro del Grande Raccordo Anulare (GRA), che si estende per circa 34.400 ha; per quanto riguarda Milano, l'ambito territoriale indaga-

to coincide, invece, con i confini amministrativi del comune, pari a circa 18.168 ha.

Lo strumento cardine sul quale si basa l'intera metodologia di analisi è Google Earth² che è allo stesso tempo sia uno strumento per la creazione di nuove informazioni geografiche sia una banca dati di immagini telerilevate ad altissima risoluzione spaziale (acquisite da piattaforme satellitari e/o aviotrasportate). Le immagini disponibili nelle aree metropolitane hanno una risoluzione adatta a riconoscere anche piccolissimi areali coltivati e consentono di effettuare valutazioni evolutive del territorio grazie alla disponibilità di immagini acquisite in date differenti (multitemporalità). La creazione delle banche dati geografiche è stata realizzata sfruttando il patrimonio informativo di Google Earth mediante l'attività di fotointerpretazione a cura di esperti, che ha consentito di delineare spazialmente gli areali coltivati associando anche ulteriori informazioni e visualizzando il fenomeno in chiave multitemporale. Nel caso di Roma la fotointerpretazione è stata realizzata per il 2007 ed il 2013, mentre per Milano le date di riferimento sono il 2007 ed il 2014. La costruzione di banche dati geografiche multitemporali abilita, chiaramente, all'analisi delle dinamiche evolutive del fenomeno in termini sia spaziali sia quantitativi (variazione temporale delle superfici e della numerosità delle parcelle coltivate).

Nello specifico, l'attività è stata articolata in sette fasi distinte:

1. Riconoscimento dell'area coltivata in Google Earth mediante fotointerpretazione nei due anni di riferimento;
2. verifica dell'area individuata con altri strumenti di *web-mapping* (Google Maps, Microsoft Bing Maps e Google Street View) che possono migliorare il processo fotointerpretativo grazie alla disponibilità di modalità di visualizzazione differenti

¹ Il processo di progettazione, implementazione software e distribuzione di contenuti cartografici sul Web. Il termine, sebbene sia fortemente associato con il processo di produzione delle mappe, oltre alle caratteristiche puramente legate alla visualizzazione di mappe in Internet, possiede le funzionalità di navigazione della mappa e di inserimento di ulteriori strati informativi.

² Google Earth è uno tra gli strumenti liberamente accessibili utilizzati per esplorare geograficamente il globo terrestre attraverso l'utilizzo di immagini telerilevate. La sua popolarità e la ricchezza di informazioni ha spinto, negli ultimi anni, diversi ricercatori all'utilizzo delle immagini disponibili per la realizzazione di progetti scientifici in diversi ambiti disciplinari, come testimoniato da centinaia di pubblicazioni (Pulighe et al., 2015).

Tabella 4.1 -Le cinque categorie individuate per la classificazione tipologica dei siti di AU*

Tipologia	Descrizione	Profilo di fotointerpretazione
Orti residenziali	Appezzamenti a ridosso di case unifamiliari (cortile), ville, edifici, attività industriali e commerciali (es. cortili, giardini, lotti di terreno), generalmente lavorati dai proprietari. La coltivazione è diversificata, con colture orticole e/o alberi da frutto. La produzione è destinata presumibilmente all'auto-consumo, specialmente nel caso di piccoli appezzamenti.	Parcelle singole o multiple, generalmente di piccole dimensioni, delimitate da recinzioni, siepi, muri o rete metallica, in genere non accessibili liberamente. Sono facilmente individuabili le colture annuali, spesso associate a colture arboree. Le serie temporali di immagini mostrano la rotazione colturale e spesso le consociazioni.
Orti condivisi	Generalmente grandi aree, suddivise in piccoli appezzamenti gestiti collettivamente, spesso situati in parchi comunali, aree pubbliche o lungo i lati dei fiumi. L'utilizzo è normato da regolamenti municipali e la produzione è destinata all'auto-consumo.	Appezzamenti molto regolari racchiusi in grandi aree di forma generalmente regolare, con evidente delimitazione esterna e camminamenti interni. Generalmente con coltivazioni orticole, più raramente si notano colture arboree. Spesso associate a strutture di servizio come baracche usate come deposito attrezzi. Le serie temporali di immagini mostrano la persistenza di uno schema regolare.
Aziende agricole	Aree coltivate gestite in modo professionale, caratterizzate da un sistema di coltivazione intensiva e avanzata (es. macchine, irrigazione) con una predominanza nelle aree peri-urbane. La coltivazione può essere specializzata con una coltura (colture arboree) o orientata alla rotazione con colture orticole. La produzione è destinata alla vendita e/o alla trasformazione.	Appezzamenti di grandi dimensioni spesso racchiusi in una grande aree delimitata. Presenza di un centro aziendale, macchine agricole, serre, irrigazione ed attrezzature varie. Le serie temporali di immagini evidenziano la rotazione delle colture durante le stagioni.
Orti istituzionali	Aree coltivate gestite da istituzioni come scuole, centri religiosi, carceri e organizzazioni non-profit. L'attività di coltivazione è generalmente indirizzata per fini ricreativi/didattici ed in alcuni casi all'autoconsumo, raramente i prodotti vengono commercializzati.	Appezzamenti regolari racchiusi in aree di medie o grandi dimensioni, delimitate e non liberamente accessibili. Sono caratterizzati da una pluralità di colture annuali, spesso associate a colture arboree. Generalmente ubicati nei pressi delle strutture di afferenza (chiese, conventi, edifici scolastici, carceri).
Orti informali	Parcelle situate in aree vegetate inutilizzate o abbandonate, isolate o raggruppate in piccoli appezzamenti, di difficile accesso, spesso a ridosso di ferrovie e arterie stradali, a volte lungo i fiumi. Le aree sono caratterizzate da un elevato dinamismo territoriale. La produzione è generalmente destinata all'autoconsumo.	Appezzamenti generalmente di piccole dimensioni e irregolari, spesso dispersi in aree vegetate e non accessibili, lontano dalle case o edifici. Sono caratterizzati dalla presenza esclusiva di colture annuali. Le serie temporali di immagini mostrano una elevata discontinuità temporale: i siti possono apparire e scomparire nel tempo e nello spazio urbano.

* La tassonomia delle categorie è definita mediante la relativa descrizione. Il profilo di fotointerpretazione associato sintetizza gli elementi caratteristici che il fotointerprete ha utilizzato per riconoscere territorialmente e classificare i siti.

rispetto a Google Earth;

3. digitalizzazione, mediante gli strumenti di Google Earth, del poligono che rappresenta la parcella coltivata;
4. raccolta di informazioni integrative associabili ad ogni area individuata (es. documenti Web, rapporti tecnici, pubblicazioni scientifiche, cartografie ed altre fonti geospaziali, ecc.);
5. definizione degli attributi dell'area digitalizzata mediante classificazione tipologica e riconoscimento dell'uso del suolo agricolo prevalente;
6. validazione delle aree attraverso controlli in campo su un campione rappresentativo;
7. Definizione finale della banca dati geografica con elaborazioni in ambiente GIS.

La classificazione delle aree coltivate è stata con-

dotta utilizzando una serie di elementi caratteristici dal punto di vista della fotointerpretazione (tab. 4.1), distinguendo cinque tipologie: orti residenziali, orti condivisi, aziende agricole, orti istituzionali e orti informali. Oltre alla classificazione tipologica, ogni parcella è stata classificata in termini di uso del suolo agricolo prevalente distinguendo le classi orticoltura, frutticoltura, coltivazioni miste, viticoltura e olivicoltura. Si precisa che, nel caso di Roma, la categoria delle aziende agricole risulta mappata in modo parziale in quanto gli innumerevoli ed estesi terreni adibiti a seminativo, pascolo ed a riposo presenti nell'area analizzata non sono stati presi in considerazione poiché la procedura risultava particolarmente onerosa. Diversamente, la mappatura spaziale delle aziende agricole per la città di Milano,

Analisi spaziale: potenzialità e limiti del metodo

Il metodo, alternativo ad altri approcci utilizzabili per la quantificazione, presenta sia punti di forza sia di debolezza.

Tra i punti di forza possiamo elencare:

- l'elevata risoluzione spaziale delle immagini di Google Earth consente di individuare parcelle coltivate anche di dimensioni molto ridotte, consentendo una mappatura completa delle aree coltivate nelle aree urbane. Ad esempio, è possibile individuare anche orti residenziali di piccolissime dimensioni (5 m²). Le immagini presentano inoltre un elevato livello di accuratezza posizionale orizzontale, in media intorno ad 1 m (Pulighe et al., 2015), consentendo pertanto la realizzazione di prodotti cartografici di dettaglio (scala 1:2.000) adatti alla rappresentazione dei fenomeni e degli oggetti a scala urbana;
- come riportato in altri studi, l'interpretazione visuale degli oggetti coltivati consente una maggiore capacità di riconoscimento rispetto all'applicazione di tecniche di classificazione automatiche e semi-automatiche per immagini telerilevate;
- l'utilizzo di risorse per la creazione di banche dati geografiche con il metodo proposto è particolarmente contenuto. Google Earth pubblica, per le aree metropolitane, immagini ad altissima risoluzione spaziale, acquisite da piattaforme sia satellitari sia aviotrasportate. I dati sono aggiornati in continuo, rendendo sempre consultabile anche lo storico delle varie acquisizioni, consentendo valutazioni dei fenomeni in chiave multitemporale. L'archivio delle immagini è liberamente consultabile, pertanto le uniche risorse richieste sono quelle relative all'attività del fotointerprete;
- le banche dati create possono essere attualizzate nel tempo con informazioni aggiuntive e/o migliorando quelle presenti. Infatti, l'archivio è aggiornato in continuo con immagini più recenti e spesso a risoluzione spaziale maggiore;
- l'integrazione di fonti dati ausiliari e la verifica dei poligoni coltivati attraverso i dati resi disponibili da altri strumenti di web-mapping (es. Google Maps, Microsoft Bing Maps e Google Street View) consentono di aumentare l'affidabilità del riconoscimento e della classificazione tipologica dei vari siti.

I principali punti di debolezza sono:

- La lunghezza e laboriosità del processo di fotointerpretazione;
- l'incertezza sull'affidabilità dei metadati associati alle immagini presenti in Google Earth e negli altri sistemi di web-mapping. Ad esempio, la data associata alle singole immagini potrebbe non essere quella effettiva di acquisizione del dato; questo può influire sull'affidabilità della fotointerpretazione esistendo una indeterminazione sia sull'anno sia sulla stagione. Tuttavia, in diversi casi la verifica della stagione dell'anno in cui è stata fatta l'acquisizione può essere condotta indirettamente osservando alcuni elementi presenti nell'immagine (es. aratura nei campi, presenza di balle di fieno, sviluppo della chioma in specie caducifoglie, ecc.);
- l'impossibilità di individuare sempre tutti i siti coltivati effettivamente presenti. Le condizioni di illuminazione o la presenza di ostacoli (alberi o altre strutture artificiali) possono impedire di discriminare le aree coltivate. Ne consegue che l'inventario generato potrebbe sottostimare l'estensione superficiale e la numerosità dei siti di AU.
- la possibilità, in caso di informazioni ausiliarie ridotte o scarse per una determinata area di studio il processo, di generare dei dati meno affidabili;
- la classificazione nelle varie tipologie individuate può essere imprecisa (es. vedi il caso degli orti informali);
- non è possibile associare alcune informazioni caratterizzanti per i siti (es. titolo di possesso delle aree, soggetto promotore delle iniziative, ecc.);
- il processo di fotointerpretazione riconosce i singoli poligoni coltivati, ma non consente di aggregarli e ricondurli ad entità distinte (es. non è possibile attribuire ad una singola associazione, o ad una singola azienda agricola, tutte le relative parcelle coltivate o coltivabili).

data la più contenuta estensione superficiale dell'area indagata, è stata realizzata in modo estensivo; risultano tuttavia esclusi dalla banca dati gli eventuali terreni a riposo (set-aside) che, in assenza di ulteriori informazioni, possono essere confusi con aree naturali e/o semi-naturali. Vale la pena sottolineare che il processo di individuazione e classificazione dei siti di AU per Milano è risultato più agevole per la disponibilità di dati ausiliari: esistono, infatti, altre iniziative di mappatura e dati ufficiali condivisi spesso liberamente anche con il nuovo paradigma dell'open data.

È importante osservare che l'approccio proposto consente di scoprire ed inventariare il fenomeno in chiave esclusivamente territoriale, pertanto la classificazione tipologica utilizzata, in assenza di supporti informativi territoriali, può non essere efficace. Alcuni dettagli specifici, seppur caratterizzanti, non sono considerati nella classificazione poiché non possono essere letti da remoto ma dedotti soltanto utilizzando informazioni ausiliarie. Esempi specifici sono il tipo di attività svolte nelle parcelle coltivate o il titolo di possesso (proprietà pubblica o privata) o la natura del soggetto promotore dell'iniziativa: una data area coltivata che appare dalle immagini con una struttura spaziale che delinea una suddivisione in più lotti, in assenza di informazioni specifiche, sarà classificata secondo il profilo di fotointerpretazione come orto condiviso. Tuttavia, il sito individuato potrebbe in realtà anche essere un insediamento non autorizzato di grandi dimensioni e suddiviso in parcelle coltivate singolarmente, rientrando in questo caso nella categoria degli orti informali. La suddetta casistica può essere frequente per la città di Roma dove i siti informali, anche di grande estensione, sono storicamente presenti. Recentemente, molti di questi areali sono stati oggetto di un processo di regolamentazione e riconoscimento ufficiale, grazie all'interessamento di diverse associazioni e all'intervento dell'amministrazione comunale. Ne consegue che, alla fine del procedimento di regolarizzazione, tutte queste superfici saranno utilmente associabili alla categoria degli orti condivisi. Un ulteriore approfondimento merita la categoria degli orti informali, in cui la classificazione è principalmente basata sul

parametro dimensionale (piccoli appezzamenti) e sull'ubicazione territoriale (confinati in aree marginali e generalmente nascoste). Esiste, tuttavia, la possibilità che, in assenza di informazioni aggiuntive, alcune superfici possano essere in realtà orti residenziali, anche se la frequenza di tali casi si ritiene sia trascurabile. Dal punto di vista fotointerpretativo è possibile sfruttare altri elementi che possono ridurre l'incertezza della classificazione per questa tipologia. Infatti, è frequente che gli orti informali abbiano un elevato dinamismo territoriale: i siti non sono statici né nella posizione né nella dimensione. Nel tempo i siti possono scomparire, così come possono sorgere altri in altre aree con dimensioni e forme diverse. Questa caratteristica emerge chiaramente dall'analisi multitemporale delle immagini, che consente di visualizzare l'evoluzione utilizzando informazioni del 2007, 2011 e 2013 e 2014 disponibili per le aree indagate. Nel caso degli orti istituzionali, la classificazione utilizza come elementi caratterizzanti la prossimità dell'area coltivata a strutture o istituzioni di varia natura (es. scuole, carceri, parrocchie, monasteri, ecc.) oltre alle informazioni ausiliarie disponibili. Tuttavia, anche in questo caso permane un margine di indeterminazione, che si ritiene comunque trascurabile, dovuto anche alla possibilità che le varie istituzioni abbiano proprietà coltivate ubicate non nelle immediate vicinanze.

In sintesi, l'approccio proposto consente di effettuare una prima caratterizzazione aggiornata ed estensiva dell'AU nelle due aree metropolitane, con una chiave di lettura principalmente territoriale che consente anche una valutazione della dinamica temporale.

4.3 Roma

4.3.1 Analisi del fenomeno

Roma, per diversi anni, fino all'autonomia del comune di Fiumicino, ha detenuto il primato della più grande città agricola europea grazie alla grande estensione dell'Agro Romano. A partire dal dopoguerra, l'assetto territoriale della città, in cui grandi fasce di aree naturali attraversano l'area metropolitana insieme alle aree agricole che determinano una

ORTI URBANI TRE FONTANE

Tipologia sito di AU: Orti condivisi

Ubicazione: Roma

Anno inizio attività: 2003

Attività agricole: orticoltura, colture permanenti, apicoltura

Proprietà: gestita da una associazione

Missione/scopo: produzione per autoconsumo, scopi didattici

Gli "Orti Urbani Tre Fontane" sono nati nel gennaio del 2013 dall'omonima associazione di cittadini e sono localizzati nel quartiere Montagnola dell'VIII Municipio di Roma. L'area interessata, a ridosso di un parco pubblico, grazie all'impulso dei cittadini e degli abitanti del quartiere, è stata inizialmente ripulita da quintali di rifiuti e successivamente resa disponibile per la coltivazione. Attualmente gli orti hanno una estensione di 6000 m² e sono suddivisi in 65 lotti da 50 m² ciascuno circa, in cui sono state intraprese piccole coltivazioni, per lo più orticole.

All'interno dell'area un lotto specifico è stato dedicato ad orto didattico, in modo da svolgere e sviluppare in accordo con le istituzioni scolastiche della zona, attività formative e al contempo ludiche a favore degli alunni delle scuole materne ed elementari del quartiere. Nell'orto didattico sono presenti varie specie botaniche; l'area, infatti, ospita al suo interno diverse sezioni botaniche, con parcelle di piante aromatiche e officinali destinate alla formazione dei visitatori occasionali; una zona dedicata al riconoscimento delle piante spontanee e una parte specifica per la coltivazione stagionale dimostrativa delle più comuni specie coltivate, distinta per famiglie. A ridosso dell'orto didattico si trova l'apiario, posizionato in una zona protetta e curato allo scopo di promuovere l'impollinazione delle piante. Completano l'area delle compostiere per la raccolta del biodegradabile orticolo e la produzione del compost, un piccolo semenzaio per l'autoproduzione di giovani plantule ed infine un lombricaio con scopi didattici, per avvicinare i bambini ad un più attuale concetto ambientalista di gestione dei rifiuti.

Per rinsaldare e rinnovare lo scopo associativo è stato poi sviluppato un grande spazio per le attività ricreative e collettive, utilizzato anche per vari eventi.

Gli orti rappresentano un punto di socializzazione per i cittadini che partecipano alle diverse iniziative di carattere aggregativo e divulgativo proposte dall'Associazione, che opera esclusivamente con il lavoro di volontari e con il contributo di sottoscrizioni operate da cittadini del quartiere.

<http://ortiurbanitrefontane.it/>



sfumatura tra l'urbano ed il rurale, ha consentito lo sviluppo di diverse attività di agricoltura urbana e peri-urbana.

La coltivazione in area urbana parte, come in altre realtà europee, in coincidenza delle guerre mondiali con la realizzazione dei famosi "Orti di Guerra" realizzati all'interno della città per incrementare la sicurezza alimentare e l'indipendenza. Successivamen-

te, tra gli anni '60 e '80, l'interesse verso le attività agricole, ritenute poco redditizie, decresce, sebbene le attività spontanee permangono anche se marginalizzate e destinate alle fasce di popolazione più povere. Il fenomeno è anche considerato degradante per il paesaggio urbano, specialmente se confrontato con i moderni concetti di parco e giardino urbano. Tuttavia, la coltivazione nelle aree urbane e

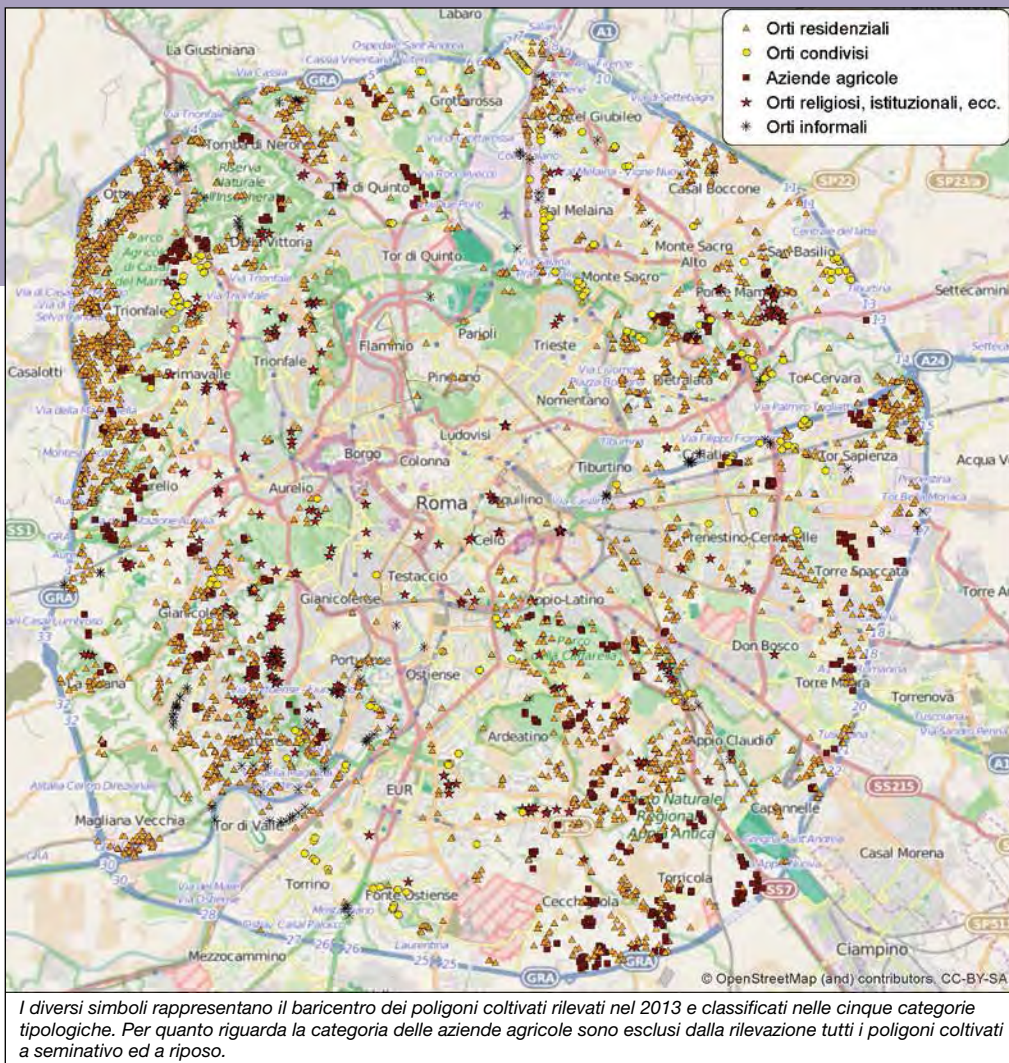


Figura 4.1 – Distribuzione spaziale dei siti di AU nell'area urbana della città di Roma delimitata dal Grande Raccordo Anulare

peri-urbane risponde in questo periodo all'esigenza di una popolazione di migranti provenienti da altre regioni in cerca di lavoro e per i quali l'agricoltura rappresenta un sostegno al reddito, nonché un collegamento con le proprie origini. La situazione permane in questo stato fino agli inizi degli anni 2000; la coltivazione in aree urbane è sempre ancora di tipo spontaneo, informale e senza un riconoscimento ufficiale da parte delle autorità. Numerose sono anche le aree con orti non riconosciuti ufficialmente ma coltivati in spazi condivisi più o meno ampi. In questo caso, le iniziative dei cittadini viaggiano su binari divergenti da quelli delle amministrazioni che hanno difficoltà ad affrontare tali realtà. Si generano addirittura situazioni paradossali: luoghi occupati

abusivamente che vengono coltivati e con attività finanziate da soggetti pubblici (Uttaro, 2012).

Negli ultimi anni, il fenomeno ha assunto una rilevanza notevole ed una serie di iniziative si stanno diffondendo con un tasso incrementale veramente ragguardevole. Il fiorire delle esperienze recenti riguarda soprattutto alcune tipologie di AU quali quelle degli orti condivisi e delle azioni di guerriglia gardening, ovvero interventi di manutenzione del verde pubblico e di creazione di spazi verdi e coltivati anche di piccolissime dimensioni con azioni improvvisate di piccoli gruppi organizzati. Il tutto si colloca in un periodo ed in contesto in cui effettivamente l'uso degli spazi vuoti e verdi urbani, anche con finalità diverse dalla mera produzione di

ORTI ISTITUTO AGRARIO GIUSEPPE GARIBALDI

Tipologia sito di AU: Orti istituzionali

Ubicazione: Roma

Anno inizio attività: 1907

Attività agricole: orticoltura, colture permanenti, allevamento, trasformazione prodotti

Proprietà: pubblico

Missione/scopo: produzione per scopi didattici e sociali, secondariamente per vendita

L'Istituto Tecnico Agrario Statale (ITAS) Giuseppe Garibaldi è localizzato in quella che era la storica tenuta S. Alesio, una tenuta in passato estesa per circa 300 ha e coltivata a vigneti, olivi e pascoli, di pertinenza dell'omonimo monastero, a Roma. Il fondo passò alla fine del XX secolo allo Stato che poi lo suddivise in vari lotti, ed in seguito al Ministero dell'Agricoltura che la affidò nel 1910 in enfiteusi perpetua alla Provincia di Roma, con l'obbligo di stabilirvi la Regia Scuola Pratica di Agricoltura. Il complesso scolastico attualmente ha un'estensione di circa 76 ha, all'interno dei quali sono inserite le strutture per la didattica, un convitto e gli edifici aziendali per le macchine e attrezzi. In particolare, l'azienda agricola annessa ha una estensione di circa 64 ha, e rappresenta una vera e propria oasi naturalistica inserita nel tessuto urbano di Roma, oggi quasi del tutto completamente circondata da aree edificate. Per quanto concerne le superfici interessate a coltivazioni, queste sono condotte con la finalità di consentire la formazione di tecnici qualificati nel settore delle produzioni agro-alimentari e l'ambiente. Sono presenti colture arboree quali vigneto, oliveto e frutteto, nonché colture erbacee e orticole, tutte irrigue. All'interno dell'azienda avviene anche la trasformazione dei prodotti e la produzione di olio e vino, mentre le produzioni delle coltivazioni erbacee – fieno di medica, insilato di mais e granella di mais e orzo – sono interamente destinate al centro zootecnico aziendale. Nella scuola opera personale che segue le operazioni culturali con le macchine e le attrezzature presenti nel parco macchine e coadiuva la formazione degli studenti. Per quanto riguarda le strutture aziendali, sono presenti un centro zootecnico, un oleificio, delle serre e un laboratorio caseario.

Nel centro zootecnico si allevano bovini da latte di razza frisona, l'ingrasso di un piccolo nucleo di bovine da carne di varie razze nonché degli animali che eccedono la quota di rimonta. Nel frantoio si esegue la molitura delle olive di produzione interna da circa 1600 piante, nonché il servizio di molitura conto terzi. Le serre aziendali, di circa 2000 m², sono adibite alla produzione di piante ornamentali che poi vengono commercializzate. Nella cantina vengono trasformate le uve dei vigneti aziendali e prodotti vini bianchi, rossi e novelli destinati alla vendita esterna. Nel laboratorio caseario gli studenti partecipano alla produzione di vari tipi di latticini prodotti trasformando una parte del latte vaccino prodotto nella stalla aziendale. Tutti i prodotti dell'azienda agricola possono essere acquistati all'interno di un punto vendita aziendale.

Da tempo l'Istituto si è aperto al territorio, collaborando con associazioni, gruppi di volontariato, famiglie anche mettendo a disposizione gli spazi a sua disposizione per realizzare iniziative specifiche. In particolare, visto l'aumento di allievi iscritti con problema di disabilità, di cui diversi con problemi di autismo, ha avviato un progetto per l'acquisizione delle autonomie, per promuovere occupazione e momenti di socializzazione. Il percorso ha portato all'apertura di un ristorante, la "Trattoria Sociale Art. 1" dall'articolo della legge 328/2000 che riconosce il diritto di ogni persona con disabilità ad avere un progetto individuale che lo accompagna nelle fasi della vita per integrarsi nella società.

L'attività è gestita dalla Cooperativa Sociale Garibaldi che opera nel casale denominato "Casa delle autonomie", annesso a quattro ettari di terreno, con l'obiettivo di definire un percorso di cura individualizzato finalizzato all'inclusione lavorativa e all'integrazione dei ragazzi diversamente abili nel settore agricolo e agrituristico.

Nell'attività si uniscono i percorsi formativi dell'ITAS e il monitoraggio clinico dei ragazzi inseriti, effettuato dal Diparti-



mento dei Processi di Sviluppo e Socializzazione –dell'Università la Sapienza. I prodotti ortofrutticoli realizzati nell'ambito del progetto sono venduti in alcuni mercatini di Roma, utilizzati nella mensa della scuola ITAS e nel ristorante dell'agriturismo gestito dalla Cooperativa stessa.

All'interno dell'ITAS Garibaldi è presente anche l'EutOrto, un orto gestito dai lavoratori cassintegrati dell'azienda Agile, ex Eutelia Information Technology, un'esperienza condotta da quasi venti informatici che si prendono cura di 3000 metri quadrati messi a disposizione nel 2010 dall'ITAS, supportati soprattutto nella fase iniziale da un tecnico della scuola. Dal 2013 il gruppo si è costituito in associazione di promozione sociale, registrata come "EutOrto". L'attività, oltre a consentire la produzione di ortaggi per l'autoconsumo e la vendita attraverso un GAS, costituisce anche uno strumento di socializzazione e ricollocazione all'interno della società per persone che altrimenti avrebbero vissuto in solitudine la propria situazione di cassaintegrazione o disoccupazione.

<http://www.itasgaribaldi-roma.gov.it/garibaldiweb/default.asp>

<http://eutorto.eu>

<http://www.casadelleautonomie.eu/chi-siamo.html>

prodotti agricoli (es. ricreative, sociali, didattiche, ecc.), può contrapporsi efficacemente alla pressione dell'artificiale grazie anche ad una rinnovata sensibilità dei cittadini e delle istituzioni. Infatti, non bisogna sottovalutare che la città, dal dopoguerra, è sede di una forte pressione urbanistica, abusiva e regolamentata, che ha portato alla perdita di numerose superfici un tempo adibite all'agricoltura ma anche aree naturali e semi-naturali. La superficie complessiva consumata dall'estensione urbanistica, secondo i dati del monitoraggio effettuato da ISPRA e riportati nell'ultimo rapporto, ammonta a quasi 30.000 ha, pari al 26,1% della superficie comunale (ISPRA, 2015). Un inquadramento della città dal punto di vista della copertura del suolo attuale può essere ottenuto dagli ultimi dati della cartogra-

fia del progetto *Corine Land Cover 2012*³ estrapolati sui confini amministrativi. Dai dati emerge che le aree agricole sono dominanti (59%), le superfici artificiali si collocano al secondo posto (32%), territori boscati ed ambienti semi-naturali coprono l'8% della superficie globale e, infine, i corpi idrici non superano la soglia dell'1%. Le classi di copertura del suolo, se estrapolate per l'area urbana delimitata dal GRA, evidenziano invece, a testimonianza del carattere urbano dell'area considerata, la predominanza delle superfici artificiali sulle altre classi di copertura (67% circa). Seguono le aree agricole che occupano circa un terzo della superficie complessi-

3 *Corine Land Cover 2012 IV livello*. In: <http://www.sinanet.isprambiente.it/it/sia-ispra/download-mais/corine-land-cover> (Ultimo accesso 05.10.2015)

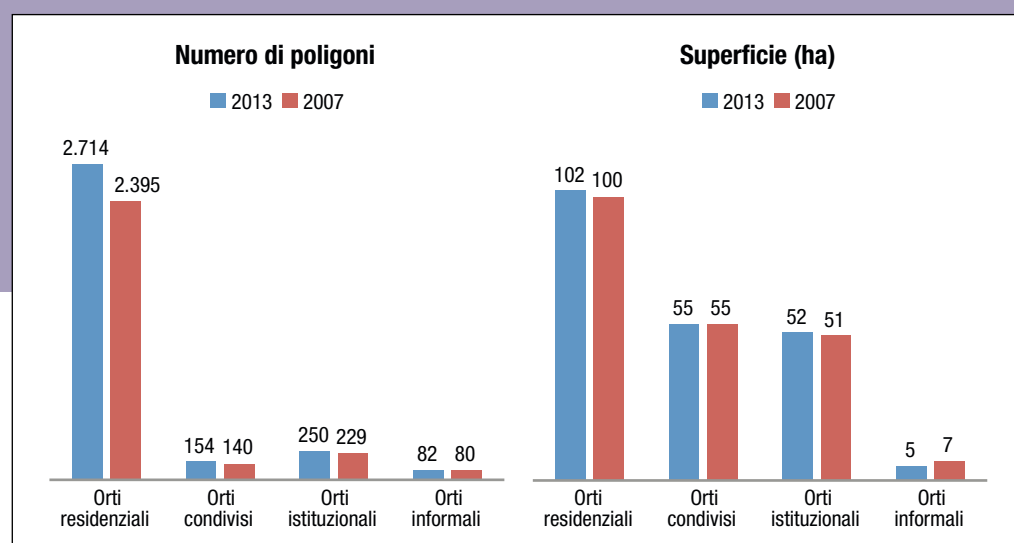
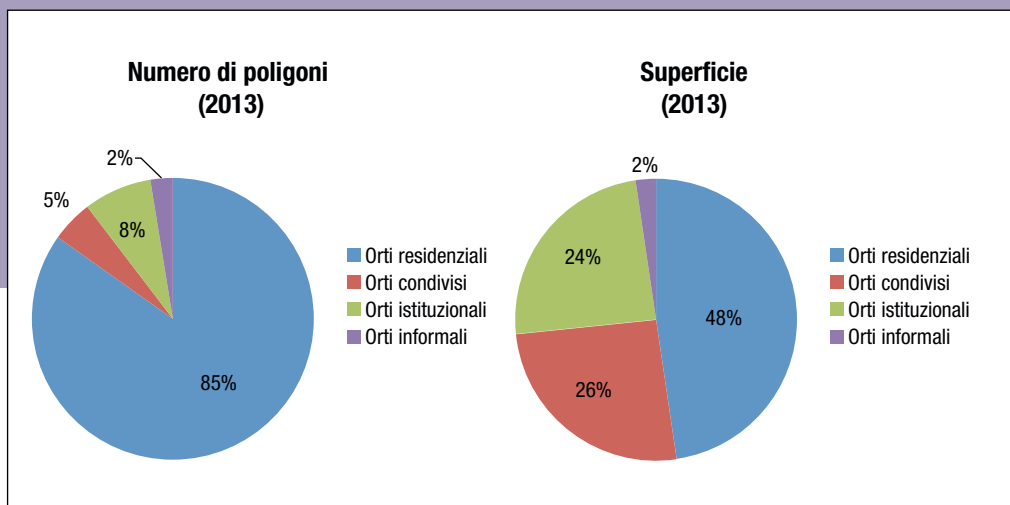


Figura 4.2 – Numero di poligoni (sinistra) e superficie coltivata (destra) per le diverse categorie tipologiche di AU rilevate nell'area delimitata dal GRA nel 2007 e nel 2013.

Figura 4.3 – Peso percentuale delle diverse categorie tipologiche di AU rilevate in termini di numero di poligoni (sinistra) e di superficie coltivata (destra) nell'area delimitata dal GRA al 2013.



va (31% circa), mentre l'estensione dei territori boscati ed ambienti semi-naturali e dei corpi idrici è ridotta non superando complessivamente la quota di circa il 2%.

Le istituzioni, sulla scorta del crescente interesse verso l'AU, hanno di recente cominciato ad attivarsi realizzando progetti finalizzati sia alla regolarizzazione di diversi orti informali che alla creazione di nuove aree coltivate su numerosi terreni di proprietà pubblica. Esiste oggi la consapevolezza che la manutenzione delle aree verdi urbane, particolarmente difficile ed onerosa per l'estensione della città, possa trarre beneficio dalle attività realizzate nelle aree assegnate ai cittadini. Infine, nel 2015, dopo un lungo periodo di gestazione, l'amministrazione capitolina ha anche emanato il primo regolamento per l'affidamento di aree a verde del comune per la realizzazione di orti e giardini urbani⁴.

L'AU ha poi anche trovato spazio sui terreni privati con diverse forme spesso regolamentare come i contratti di affitto. Molti terreni privati sono di fatto non utilizzati dai proprietari, accade spesso, ad esempio, che alcune superfici siano in attesa di cambi di destinazione d'uso e la loro coltivazione consente di valorizzare questi spazi. In generale, il vantaggio è reciproco, sia per gli affittuari, che pos-

sono trovare spazi per coltivare, sia per i proprietari, che possono ricavare un reddito dall'affitto.

4.3.2 Le esperienze di mappatura spaziale dell'AU

Una prima esperienza di mappatura dell'AU è stata avviata tra il 2003 ed il 2006 dall'U.O. Promozione Agricoltura di Roma Capitale con il progetto "Censimento degli orti spontanei nel territorio del Comune di Roma dentro il G.R.A.". L'iniziativa, indirizzata al censimento degli orti informali, è riuscita a fotografare il fenomeno in modo molto parziale, sia per la difficoltà della realizzazione dell'indagine diretta (diffidenza dei coltivatori) sia per l'interruzione prematura del finanziamento. I risultati (Roma Capitale, 2011) dell'attività forniscono comunque un primo quadro sulla distribuzione ed entità degli orti informali classificati in tre categorie principali: "siti storici di grandi dimensioni", "siti giovani di dimensioni minori" e "siti giovanissimi di minore rilevanza per numero di orti e dimensioni". Il censimento ha rilevato complessivamente una superficie coltivata di 888.950 mq (89 ha) distribuita su 67 siti di rilevazione con un totale di 2.301 orti con una area media compresa tra 172 e 889 mq. In termini di titolo di possesso, è emerso che le aree appartengono per il 25% all'Amministrazione Capitolina mentre la quota rimanente è da distribuire tra Provincia, Regione e enti privati. I siti sono spesso ubicati in aree marginali, in prossimità di fiumi e all'interno di aree verdi

4 http://www.comune.roma.it/PCR/resources/cms/documents/OrtiUrbani_def17.pdf#sthash.7OoZsG7M.dpuf (Ultimo accesso 05/10/2015)

ORTI URBANI PARCO DELLA CONSOLATA

Tipologia sito di AU: Orti condivisi

Ubicazione: Roma

Anno inizio attività: 2010

Attività agricole: orticoltura, colture permanenti,

Proprietà: gestita da una associazione

Missione/scopo: produzione per autoconsumo, scopi didattici

Gli orti del Parco della Consolata sono nati nel 2010 grazie all'iniziativa del Dipartimento Tutela Ambientale e Protezione Civile del Comune di Roma (Municipio XVI), localizzati all'interno di un parco pubblico di proprietà comunale. Così come altre realtà di orti collettivi, l'area a ridosso del parco è nata anche grazie all'impulso dei cittadini e degli abitanti del quartiere che desideravano riqualificare l'area. L'area infatti è stata ripulita da rifiuti e sterpaglie, recintata e dotata di acqua ad uso irriguo e potabile, quindi è stata assegnata in comodato d'uso gratuito dal Comune di Roma all'associazione "Fosso di Bravetta", con l'obbligo di vigilanza del bene ceduto, sulla base di una convenzione rinnovabile ogni 12 mesi. L'associazione cura tra l'altro l'apertura al pubblico del sito e la gestione ordinaria del verde e degli spazi pubblici. All'interno di una superficie di circa 18.000 m² sono presenti 21 particelle di 200 m² che vengono destinate alla coltivazione da parte dei soci di piante orticole per autoconsumo familiare. Nell'area si trovano anche dieci casette in legno adibite a deposito macchine e attrezzi, una costruzione con bagni e locali tecnici, un'area parcheggio, viali interni, fontanelle pubbliche, panchine e cestini per i rifiuti. L'area svolge anche punto di incontro e socializzazione per gli abitanti del quartiere, infatti al suo interno si svolgono varie manifestazioni di tipo sociale, ma anche religioso e didattico. Il Parco costituisce un progetto pilota che il Comune ha voluto realizzare per integrare la fruizione pubblica del verde con le attività di orticoltura urbana. Rappresenta anche l'occasione per fornire le linee di condotta da adottare per la realizzazione di future aree a orti urbani. Con questo progetto il Comune intende sviluppare finalità ambientali, sociali, ricreative e culturali, favorendo l'impiego del tempo libero a contatto con la natura delle persone anziane e dei soggetti con disabilità.

<http://associazionefossobravetta.jimdo.com/>



e parchi pubblici.

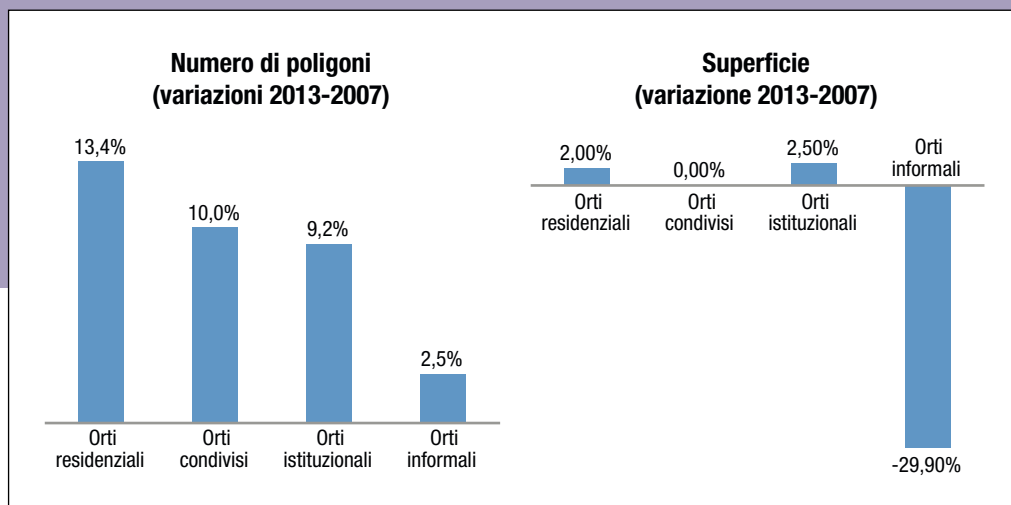
Un altro progetto di mappatura, denominato "Recupero e utilizzazione delle aree marginali e degradate di Roma. Mappatura orti urbani", è stato tentato nel 2008 dalla Società Geografica Italiana in collaborazione con Roma Capitale e l'Università Tor Vergata⁵. L'obiettivo principale è stato l'analisi della dimensione geografica e sociale dell'AU e l'uso del

verde cittadino con una mappatura incentrata sulla inventariazione delle aree verdi e sulla valutazione di potenziali pericoli associati alle aree coltivate (es. alluvionamento, contaminazione da agenti tossici, ecc.). La mappatura è stata sperimentata negli ex municipi IV e V attraverso rilevazioni GPS ed è stata prodotta anche una cartografia che riporta sia le aree potenzialmente a rischio sia quelle adatte all'attività agricola; le aree sono riportate con geometria poligonale.

Un'altra iniziativa di localizzazione spaziale delle

⁵ http://societageografica.net/index.php?option=com_content&view=article&id=392&catid=7&Itemid=9

Figura 4.4 – Variazione percentuale del numero di poligoni (sinistra) e della superficie coltivata (destra) per le varie categorie tipologiche di AU rilevate nell'area delimitata dal GRA dal 2007 al 2013.



attività di AU è quella realizzata nel 2010 dallo studio romano di architettura e paesaggio *StudioUAP* con il progetto “Zappata Romana”⁶, con l’obiettivo di creare una mappa degli orti e giardini condivisi. La mappa è stata creata recuperando informazioni sulle varie attività esistenti e sfruttando le potenzialità di Google Maps che consente di aggiornare siti ed informazioni mediante gli amministratori del progetto anche sulla scorta delle segnalazioni degli utenti. Nell’ultimo aggiornamento (verificato nel mese di novembre 2015) sono riportati in totale 200 “spazi verdi condivisi”, rappresentati con geometria puntuale, suddivisi in 102 giardini, 67 orti e 31 “giardini spot”, ovvero aree verdi riqualificate mediante attività di *guerriglia gardening*. I siti censiti risultano gestiti da cittadini, associazioni ed enti pubblici, ed oltre agli orti sono presenti anche alcune fattorie didattiche.

4.3.3 La lettura del fenomeno attraverso i dati della banca dati CREA

La banca dati spaziale CREA, seppur limitata all’area delimitata dal Grande Raccordo Anulare (34.400 ha ca.)⁷, consente di effettuare una valutazione ap-

profondità del fenomeno dell’AU sia in termini statistici sia in termini geografici. Inoltre, abilita all’analisi temporale del fenomeno grazie alla disponibilità di informazioni multitemporali relative agli anni 2007 e 2013.

La distribuzione spaziale delle varie tipologie di AU all’interno dell’area delimitata dal GRA è illustrata nella figura 4.1. Dall’immagine appare evidente come la maggior parte delle attività di coltivazione tenda ad addensarsi verso le aree periferiche, mentre pochi siti sono presenti nelle aree centrali densamente urbanizzate. Ad esempio, i siti relativi agli orti residenziali tendono ad addensarsi verso le aree periferiche, dove la struttura urbanistica, le forme insediative disperse e diffuse e la disponibilità di aree libere ne consente la realizzazione. Le aziende agricole, con i loro terreni di ampie dimensioni, si localizzano nelle aree lasciate libere dall’urbanizzazione, così come generalmente avviene per tutte le categorie. Per gli orti istituzionali si può osservare che la posizione è principalmente determinata dalla vicinanza alle strutture di appartenenza (es. orti ubicati nei cortili scolastici o negli spazi degli istituti di pena, orti e frutteti nei terreni dei monasteri, ecc.). Nel seguito le varie categorie mappate sono analizzate in termini statistici, è esclusa dalle valutazioni la categoria delle aziende agricole.

Complessivamente, i siti di AU amatoriale mappati sono 2.844 nel 2007 e 3.201 nel 2013, ciò testimonia un’evoluzione temporale, nel periodo di

⁶ <http://www.zappataromana.net/>

⁷ La superficie coperta dal GRA costituisce il 27% ca. dell’intera superficie amministrativa del Comune di Roma (128.735 ha ca.); la densità abitativa, secondo i dati dell’ultimo censimento, è pari a 2.032 ca. abitanti/kmq (ISTAT, 2011).

osservazione, caratterizzata da un incremento di 357 unità (+12.6%). In termini superficiali, le aree coltivate coprono un'area di 214 ha nel 2007 e 215 nel 2013, mostrando un lieve incremento in termini percentuali (0,5%) .

Gli orti residenziali, in termini di numero di parcelle nei due anni di osservazione, rappresentano la categoria più numerosa. Nel 2013 costituiscono l'85% dei poligoni ed il 48% della superficie totale dell'AU mappata occupando 102 ha all'interno del GRA. In termini evolutivi, tra il 2007 ed il 2013, il numero di poligoni è aumentato di 320 unità (+13.4%), così come la superficie coltivata che è cresciuta di 2 ha (+2%). L'incremento sostanziale osservato potrebbe essere in qualche modo collegato sia a motivi economici, in quanto il periodo di osservazione coincide con una fase di forte crisi, sia a un rinnovato interesse verso il fenomeno dell'AU.

Gli orti condivisi e gli orti istituzionali si collocano al secondo posto se si osserva la superficie coltivata, coprendo, in entrambi i casi, in media la metà della superficie degli orti residenziali. Guardando il numero di poligoni, entrambi evidenziano un incremento nel periodo di riferimento: +10% gli orti condivisi e +9,2% gli orti istituzionali, che mostrano un leggero incremento della superficie (+2,5%). Diversamente, per gli orti condivisi non emerge una sostanziale evoluzione della superficie complessiva delle aree coltivate. In quest'ultimo caso, i risultati potrebbero sembrare anomali ed in controtendenza con l'evoluzione del fenomeno che recentemente ha avuto grande diffusione, con l'autorizzazione di numerosi orti condivisi da parte dell'amministrazione cittadina. In realtà, la maggior parte dei nuovi areali ricade al di fuori del GRA pertanto il loro incremento non è catturato dalla banca dati.

Gli orti informali sono i meno diffusi sia in termini di numero di poligoni sia di superficie. La categoria costituisce circa il 2% del totale dei poligoni sia nel 2007 sia nel 2013 ed occupa il 3% della superficie nel 2007 e il 2% nel 2013. Analizzando l'evoluzione nel periodo 2007-2013, se da un lato si ha un leggero aumento del numero di parcelle (+2,5%), in assoluto la categoria mostra una forte contrazione della superficie complessiva coltivata (-30%). Quest'ulti-

mo dato appare interessante e può essere spiegato, con una certa probabilità, sia con la diffusione degli orti condivisi grazie alle numerose iniziative di associazioni e cittadini sia con l'intervento istituzionale che negli ultimi anni ha regolarizzato numerose aree.

4.4 Milano

4.4.1 Analisi del fenomeno nella città di Milano

La storia dell'AU nella città ha radici molto antiche, gli orti urbani compaiono già nel 1573 in una pianta della città disegnata da Antonio Lafrèry, pittore, incisore e cartografo francese (1512-1577), sono presenti durante l'era industriale e sono il mezzo di sostentamento economico della nuova classe operaia. Nel 1915, l'Istituto per le Case Popolari dà in affitto i primi orti agli inquilini, il fenomeno cresce durante le guerre mondiali dove la maggior parte degli spazi verdi sono coltivati. Dopo le guerre, e fino agli anni '80, gli orti vengono marginalizzati verso le periferie. In epoca recente, il fenomeno è la risposta dei cittadini, immigrati dalle campagne, ad una città sempre più cementificata in cui l'orto rappresenta il desiderio di natura, di spazi verdi e di socializzazione, in contrasto al modello urbano dominante della città. Le zone coltivate sono generalmente quelle libere comunali, spesso degradate ed abbandonate, gestite in modo informale e non regolamentato.

Oggi, le iniziative di AU sono in rapido sviluppo e diffusione: orti di quartiere legati ad associazioni di promozione sociale, orti didattici coltivati nelle scuole da gruppi di genitori e alunni, giardini terapeutici, aiuole e spazi abbandonati trasformati in orti e giardini da giardinieri occasionali, piccoli orti per l'auto-produzione in quasi tutti gli spazi sociali che dispongono di un pezzetto di terra, ma anche aree orticole integrate in numerosi parchi urbani (Cognetti et al., 2012).

L'AU nella città si colloca in un Comune con una forte vocazionalità agricola, in cui quasi la metà della superficie è caratterizzata da un utilizzo agricolo e forestale con oltre mille aziende agricole e dal Parco Agricolo Sud Milano, il parco agricolo più grande di

ORTI CASCINA BOLLATE , CASA CIRCONDARIALE DI BOLLATE

Tipologia sito di AU: Orti istituzionali

Ubicazione: Milano

Anno inizio attività: 2007

Attività agricole: floricoltura, secondariamente orticoltura

Proprietà: pubblico, gestito da una cooperativa

Missione/scopo: produzione per scopi sociali, autoconsumo

All'interno della Seconda Casa di reclusione di Milano-Bollate la cooperativa sociale di tipo B Cascina Bollate, nata nel dicembre 2007 all'interno del carcere, che opera per il reinserimento sociale e lavorativo dei detenuti. Vi lavorano in sinergia giardinieri volontari insieme a giardinieri detenuti che partecipano attivamente nella produzione florovivaistica. Le superfici coltivate a vivaio si trovano all'interno delle mura carcerarie e consistono in due grandi serre e circa 10.000 m² di terreno. Cascina Bollate produce piante erbacee perenni con una piccola collezione di annuali e di rose antiche, arbusti, piante aromatiche e piante ornamentali da vaso in genere. La scelta è basata sulla collezione botanica di piante insolite, piante rare e/o in via di estinzione che normalmente non si trovano sul mass market.

Si producono anche ortaggi, con coltivazione tendenzialmente biologica, destinati essenzialmente ad un consumo interno. Si tratta essenzialmente di produzioni biologiche, in quanto il ricorso a prodotti chimici e concimi è molto limitato, anche grazie al fatto che viene utilizzato il letame prodotto da alcuni cavalli allevati internamente alla Casa di reclusione. Cascina Bollate in alcuni giorni della settimana è aperta alle visite guidate presso le aree coltivate e le serre, al fine di condividere con

l'esterno le attività svolte dai detenuti e il percorso di reinserimento. Tutti i prodotti si possono acquistare in loco nel piazzale esterno dell'istituto, oppure online tramite il sito della Cooperativa.

La cooperativa si occupa anche di progettazione e manutenzione di terrazzi e giardini esterni in Milano e dintorni. Attualmente impiega 6 persone detenute a tempo indeterminato (ovvero sino alla fine della pena), 3 giardinieri professionali liberi (di cui uno ex detenuto) e 1 architetto paesaggista.

Sul piazzale esterno del carcere è stato allestito con le piante che vengono coltivate all'interno anche un giardino didattico, aperto al pubblico e che ospita corsi di giardinaggio sul campo. <http://www.cascinabollate.org/>



Europa. Tuttavia, allo stesso tempo, la città è sede di forti pressioni urbanistiche ed il consumo di suolo ha intaccato fortemente numerose superfici un tempo destinate all'agricoltura. L'ultimo rapporto ISPRA riporta, per il periodo 2007-2012, un consumo di suolo pari a 100 ha; spostando la finestra temporale di analisi in coincidenza delle rilevazioni del primo dopoguerra il suolo consumato è di 11.235 ha (ISPRA, 2015). Tali dati quantificano la perdita di suolo (superfici naturali, semi-naturali ed agricole) causato dall'espansione urbanistica. In termini di copertura del suolo, da una lettura degli ultimi dati del progetto *Corine Land Cover 2012*, estrapolati sui confini amministrativi, si evidenzia chiaramente la dominanza delle superfici artificiali (76%) seguite

dalle aree agricole (23%). Le classi relative ai territori boscati ed ambienti naturali ed ai corpi idrici pesano poco sul totale della superficie non superando complessivamente la soglia dell'1%.

In questa realtà urbana, a differenza della città di Roma, il contributo delle amministrazioni è stato determinante nella diffusione e nel sostegno al fenomeno, sia con il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei cittadini che con iniziative e progetti finalizzati a ridurre l'impatto delle aree urbanizzate. Tra le iniziative rientrano quelle dedicate agli orti urbani che il Comune ha sostenuto attraverso l'assegnazione delle aree libere comunali ad associazioni e cittadini attraverso un'opportuna regolamentazione. Le aree assegnate, con un canone annuale e

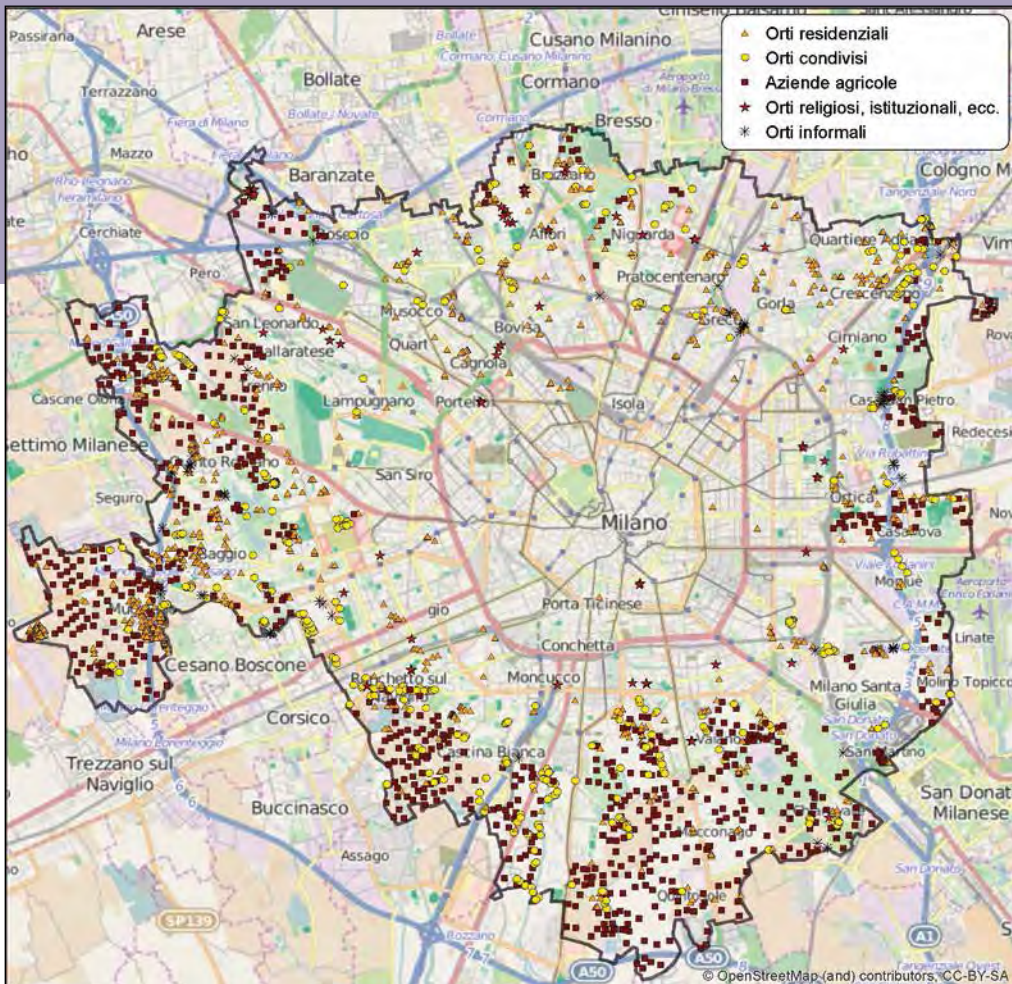


Figura 4.5 – Distribuzione spaziale dei siti di AU all'interno dei confini amministrativi della città di Milano.

I diversi simboli rappresentano il baricentro dei poligoni coltivati rilevati nel 2014 e classificati nelle cinque categorie tipologiche. I simboli relativi alle aziende agricole rappresentano tutti i poligoni che al 2014 sono stati rilevati come coltivati (la rilevazione esclude le parcelle a riposo poiché non sono discriminabili dalle aree semi-naturali e/o naturali).

la corresponsione di una quota forfettaria per l'utilizzo dell'acqua, vengono coltivate per finalità non commerciali con obiettivi sociali e di riqualificazione degli spazi verdi cittadini. Il tutto è organizzato mediante avvisi pubblici per l'assegnazione ai residenti che abbiano raggiunto la maggiore età. Le singole circoscrizioni (zone di decentramento) definiscono i criteri di assegnazione e le modalità d'uso, oltre che la gestione amministrativa delle singole aree ortive presenti nel proprio territorio.

Non mancano poi iniziative private molto interessanti che danno una risposta alla crescente domanda di aree verdi da coltivare e alla carenza di aree pubbliche messe a disposizione dal Comune. In tal senso, un cittadino ha portato avanti un progetto

pilota di orti comunitari su un terreno privato di circa 1,6 ha in via Cesare Chiodi (zona Barona), dove 180 lotti coltivabili sono concessi in affitto (al costo di circa 1 € al giorno), all'interno di un'area recintata e attrezzata con acqua per l'irrigazione (Greco, 2010).

4.4.2 Le esperienze di mappatura dell'AU

Un primo censimento delle aree adibite ad AU è stato realizzato nell'ambito di un progetto Prin nel 2008⁸ con la creazione di alcune cartografie per in-

⁸ Programma Prin 2008 «Il progetto di territorio: metodi, tecniche, esperienze», coordinato per l'unità di Milano dai proff. A. Balducci e G. Ferraresi. In: <http://www.ortianimati.com/wordpress/terraccita/atlanter>

Figura 4.6 – Numero di poligoni (sinistra) e superficie coltivata (destra) per le diverse categorie tipologiche di AU rilevate nella città di Milano nel 2007 e nel 2014.

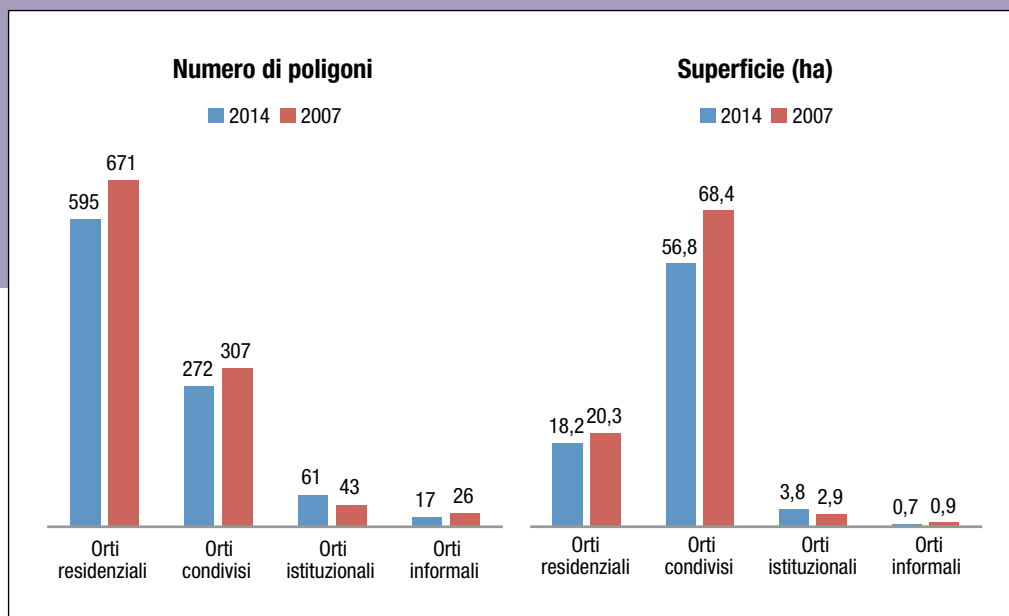
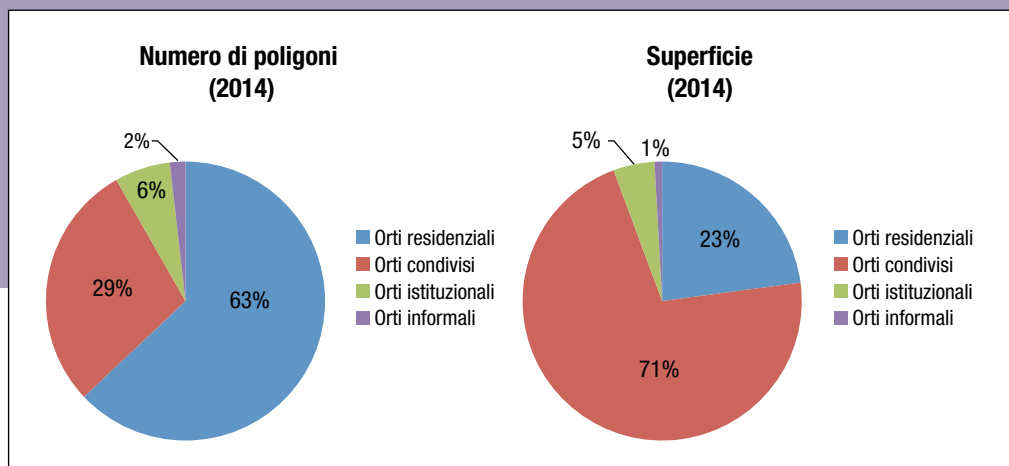


Figura 4.7 – Peso percentuale delle diverse categorie tipologiche di AU rilevate nella città di Milano al 2014, in termini di numero di poligoni (sinistra) e di superficie coltivata (destra).



vestigare la consistenza del fenomeno, l'evoluzione negli anni recenti e le modalità di interazione con la città. Il metodo usato per cartografare le aree è basato sulla comparazione delle immagini satellitari di Google Earth (anno 2010) con il Censimento degli orti urbani realizzato da Italia Nostra e dal Centro Forestazione Urbana (CFU) nel 1999, integrando anche dati rilevati in campo per alcuni siti (Cognetti et al., 2012). I risultati hanno evidenziato l'esistenza di 194 colonie ortive in un'area totale coltivata di circa 1.670.000 mq (167 ha) al 2011. Dal punto di vista della dimensione delle aree coltivate quella più diffusa è compresa tra i 2.000 e i 3.000 mq. La

relazione tra dimensione e distribuzione spaziale fa emergere che le aree più piccole sono equamente ubicate su tutta la superficie comunale (ad eccezione delle zone centrali dove sono quasi assenti), mentre quelle di maggiori dimensioni sono localizzate nelle aree orientali e meridionali dove l'incidenza delle aree artificiali è minore e, soprattutto, dove le aree persistenti agricole consentono la realizzazione di colonie ortive di grandi dimensioni. In termini di evoluzione temporale, dal confronto dei dati del Censimento del 1999 e la mappatura aggiornata al 2011 si nota un generale decremento delle aree coltivate quantificabile in circa 100.000 mq (10 ha).

ORTI IL GIARDINO DEGLI AROMI ONLUS

Tipologia sito di AU: Orti condivisi

Ubicazione: Milano

Anno inizio attività: 2003

Attività agricole: orticoltura

Proprietà: pubblico, gestito da una associazione

Missione/scopo: produzione per scopi sociali, autoconsumo

Gli orti comunitari della associazione Il Giardino degli Aromi Onlus nascono nel 2003 all'interno del parco dell'ex Ospedale Psichiatrico Paolo Pini, a partire dall'iniziativa di un gruppo di volontari. L'associazione ha finalità sociali e si occupa del reinserimento sociale di persone svantaggiate, con attività all'aperto in spazi verdi. Attraverso percorsi di terapia orticolturale, coloro che partecipano alle attività del giardino fanno un'esperienza di lavoro a contatto con la terra e le piante, finalizzato a sostenere coloro che vivono forme di disagio. Inoltre l'associazione promuove la conoscenza, l'uso e la diffusione di piante orticole, aromatiche e medicinali, supporta la diffusione di esperienze di orti e di giardini comunitari e organizza corsi di formazione, seminari e laboratori di approfondimento dedicati per esempio alla coltivazione, trasformazione e conservazione dei prodotti dell'orto e al giardinaggio. In aggiunta vengono portate avanti iniziative e progetti di educazione ambientale tese a promuovere e far conoscere le connessioni ecologiche e la biodiversità degli spazi verdi della città. Gli spazi coltivati occupano circa 5000 m², suddivisi in varie parcelle affidate ai soci e altre parcelle utilizzate per scopi collettivi o didattici, dove si coltivano prevalentemente con metodo prevalentemente biologico piante ortive, aromatiche e arboree. Inoltre, dalla raccolta e trasformazione delle piante coltivate o spontanee si realizzano prodotti alimentari come tisane, olii, sali, aceti e cosmetici disponibili alla vendita. Il centro del giardino è il mandala delle erbe, dedicato alla coltura di piante aromatiche e medicinali. Di fianco al mandala si trova la zona umida che garantisce una giusta diversità di ambienti e la serra vivaio. La zona umida permette agli animali che vivono in giardino di abbeverarsi ed è luogo di riproduzione di piante acquatiche e ripariali ed è utile al ripopolamento di rospi e rane. Il giardino degli aromi comprende anche un'area a frutteto dedicata alla coltivazione di antiche varietà di frutta e un'area dedicata al compostaggio. Nel complesso l'idea progettuale e la composizione degli spazi è orientata alla ricerca dell'armonia e del benessere dei frequentatori dell'area.

<http://www.ilgiardinodegliaromi.org/>



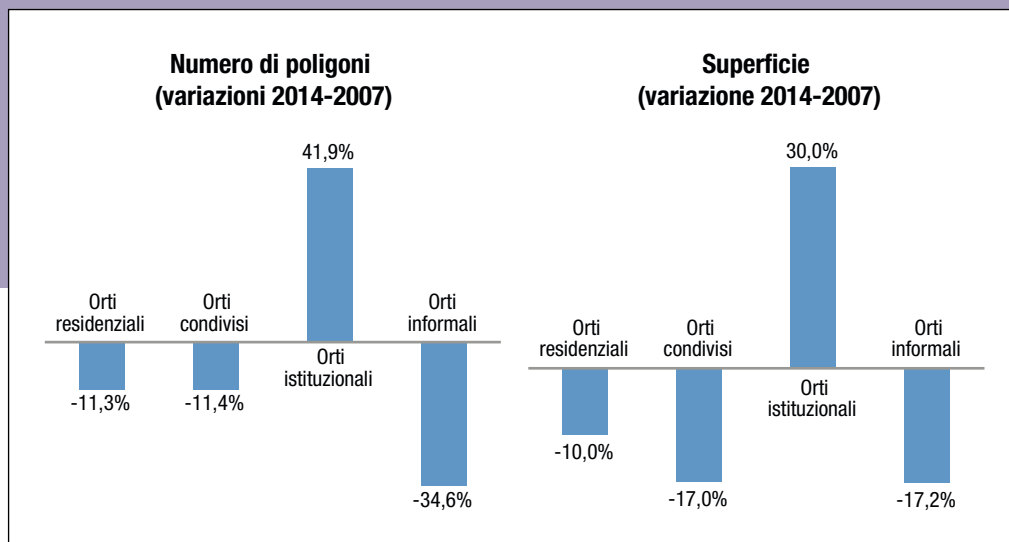
Comparando i dati del 1994, acquisiti con un precedente censimento di Italia Nostra e CFU, con quelli del 1999 il fenomeno in termini di estensione appare stabile. In generale, si riscontra una dinamica temporale con espansioni, contrazioni e mobilità spaziale. In termini di proprietà delle aree, i dati del 1999 segnalano che la maggior parte delle colonie è localizzata su terreni privati (65%) e la restante parte su aree pubbliche (35%).

Un'altra iniziativa di mappatura ufficiale è quella pubblicata in formato *open data* dal Comune di Mi-

lano⁹, che contiene informazioni sull'ubicazione e superficie delle aree adibite ad orti comunali e didattici per le nove aree di decentramento, le zone in cui è suddivisa l'area amministrativa della città. Nell'ultimo aggiornamento disponibile (2014) le aree adibite ad orti comunali sono 88, con una superficie complessiva di 37.518 mq (3,75 ha). La concentrazione maggiore delle aree coltivate si riscontra nella

⁹ Dati accessibili su <http://Dati.comune.milano.it> (ultimo accesso 05.10.2015)

Figura 4.8 – Variazione percentuale del numero di poligoni (sinistra) e della superficie coltivata (destra) per le varie categorie tipologiche di AU rilevate nella città di Milano dal 2007 al 2014.



parte meridionale del comune, quella coperta dal Parco Agricolo Sud Milano che da tempo è attivo con numerose iniziative sul tema, nell'area nord gli orti sono poco numerosi, mentre risultano praticamente assenti nel centro città.

Accanto alle iniziative ufficiali troviamo anche rappresentazioni ad opera di cittadini ed associazioni. Uno dei migliori esempi è *Orto diffuso wiki map Milano*, il progetto di mappatura web nato nel 2009 dall'iniziativa *Orto diffuso*¹⁰, un blog ed un movimento che ha l'obiettivo di raccogliere tutte le esperienze di orticoltura della città (orti urbani comunali, giardini condivisi, orti privati e balconi). I siti coltivati sono rappresentati con geometria puntuale nella mappa interattiva e l'inserimento dati avviene con un approccio di mappatura partecipativa, in cui gli utenti possono inserire liberamente i siti e le informazioni associate, anche senza necessità di autenticazione. Le tipologie di siti che possono essere segnalate dagli utenti sono suddivise nelle categorie: "orti su balconi", "orti in strada", "orti condivisi", "orti che ancora non esistono" ("aree libere da reinventare...") e "orti...dappertutto". Nell'ultimo aggiornamento della mappa (2013), sono riportati 83 siti. Questo tipo di rappresentazione spaziale nasce con obiettivi differenti rispetto alle iniziative istituzionali e risponde alla volontà dei singoli utenti

di auto-mapparsi o di segnalare spazialmente varie iniziative con obiettivi di condivisione, *networking* e partecipazione attiva alla rappresentazione del territorio urbano e alla gestione dei suoi spazi (Lupia, 2014). Ciò è sottolineato dalla varietà dei siti presenti che includono diverse tipologie come i giardini e le aree abbandonate.

4.4.3 La lettura del fenomeno attraverso i dati della banca dati CREA

La banca dati spaziale CREA sull'AU nella città di Milano consente una lettura completa del fenomeno, in chiave territoriale, grazie alla mappatura dell'intera superficie amministrativa del comune (18.167 ha)¹¹. Inoltre, la multitemporalità delle informazioni geografiche consente di valutare l'evoluzione temporale del fenomeno nel periodo 2007-2014.

La distribuzione spaziale delle varie tipologie, all'interno dei confini amministrativi, è chiaramente illustrata nella figura seguente. La concentrazione delle attività nelle aree orientali e meridionali della città conferma la distribuzione spaziale già rilevata nell'ambito di altri progetti di mappatura. Le aree orientali e meridionali sono, infatti, meno urbanizzate, oltre che sede di numerose aziende agricole,

¹⁰ <http://www.ortodiffuso.noblogs.org>

¹¹ La densità abitativa, secondo i dati dell'ultimo censimento, è pari a 6.837 ca. abitanti/kmq (ISTAT, 2011).

ORTI URBANI PARCO NORD, MILANO

Tipologia sito di AU: Orti condivisi

Ubicazione: Milano

Anno inizio attività: fine anni '80

Attività agricole: orticoltura, colture arboree

Proprietà: pubblico, gestito da una associazione

Missione/scopo: produzione per scopi sociali, autoconsumo

Il Parco Nord viene riconosciuto e istituito come parco regionale dalla Regione Lombardia nel 1975, in un'area densamente popolata che fa da cerniera con vecchi insediamenti industriali oggi dismessi. Il Parco è un'area naturalistica di notevole interesse ricca di specie animali e vegetali con funzione di "stepping stone", ovvero zona di passaggio e sosta dell'avifauna verso zone a più alta biodiversità. I primi orti del Parco Nord di Milano nacquero alla fine degli anni '80 con il fine di rivitalizzare e avvicinare le aree del Parco (circa 600 ha) più vicine agli insediamenti abitativi.

Attualmente gli orti per uso familiare vengono realizzati dal Consorzio Parco Nord di Milano su superfici di proprietà pubblica e vengono affidati ai richiedenti in base ai criteri inseriti in un regolamento che disciplina tra l'altro la gestione, la vigilanza e la revoca delle aree stesse. Attualmente sono presenti 11 superfici destinate a orti urbani, dislocate in parte anche in aree di confine della città metropolitana di Milano e limitrofi con i comuni di Bresso, Cormano, Sesto San Giovanni, Cinisello Balsamo e Cusano Milanino, tutti soci del parco insieme alla Provincia di Milano. Il Servizio di Gestione si occupa della conduzione tecnica, pulizia e manutenzione del Parco, nonché della esecuzione di opere e servizi vari utilizzando personale e mezzi propri dell'Ente. Un esempio interessante è costituito dagli orti Adriatico, realizzati a ridosso del depuratore Acque Nord Milano e raggiungibili dall'omonima via, circondati dal boschetto che delimita e mitiga l'impatto visivo di questa struttura. Il lotto ha una forma a trapezio irregolare, attraversati da due via-

letti che lo scompongono in quattro parti, per un totale di circa 30 particelle. Vengono coltivati principalmente ortaggi e in parte anche piante da frutto. Nell'area degli orti Adriatico sono presenti un'area pic-nic, un campo da bocce, uno spazio per cani, campi da calcio e baseball, varie fontanelle e un'area giochi per bambini. Gli orti sono aperti in tutto l'anno a iniziative sociali, laboratori culturali ed esperienze formative di vario genere, in particolare rivolte ai bambini, alle scuole e ai soggetti con disabilità. Le esperienze degli orti urbani del Parco sono anche al centro di un progetto didattico nelle scuole pubbliche di Milano che mira a promuovere attività di formazione, aggregazione e sensibilizzazione alle tematiche dell'ambiente e della nutrizione. <http://www.parconord.milano.it>



tutte condizioni che favoriscono lo sviluppo dell'AU. Come osservato nel caso di Roma, le aree centrali, densamente urbanizzate, non lasciano spazio alle attività di coltivazione. Nel seguito le varie categorie mappate sono analizzate in termini statistici, mentre è esclusa dalle valutazioni la categoria delle aziende agricole.

Complessivamente, i siti di AU amatoriale ammontano a 1.047 nel 2007 e 945 nel 2014, evidenziando un leggero decremento nell'intervallo di rife-

timento pari a circa il 10%. In termini di superficie coltivata, l'AU occupa, nel 2007 92 ha e nel 2014 80 ha, con un decremento del 14% circa. Complessivamente, il peso percentuale dell'AU amatoriale rispetto a quella professionale, in termini di superficie coltivata al 2014, è effettivamente trascurabile ed ammonta al 3,4% ca., considerando le superfici aziendali a seminativi, risaie, pascoli e colture permanenti aziendali digitalizzate che coprono 2.730 ha della superficie amministrativa. In assoluto, gli

orti residenziali sono i più diffusi in termini di parcelle coltivate in entrambi gli anni di osservazione. Se tale caratteristica è condivisa anche con la città di Roma, a Milano in termini evolutivi questa categoria ha fatto registrare una contrazione in termini sia di parcelle (-11%) sia di area coltivata (-10%) nel periodo 2007-2014.

Considerando la superficie coltivata, gli orti condivisi sono la categoria più estesa tra tutte (68 ha nel 2007 e 57 ha nel 2014). In termini di evoluzione temporale, nei sette anni la superficie complessiva subisce un decremento del 17%, e la stessa direzione si rileva per il numero di parcelle (-11%).

Gli orti residenziali e gli orti condivisi costituiscono le categorie tipologiche di AU dominanti e rappresentano nel 2007 il 93% del totale dei poligoni e nel 2014 il 92%. La predominanza emerge anche in termini di superficie coltivata, con il 96% della superficie mappata nel 2007 e il 94% nel 2014.

La decrescita percentuale complessiva delle aree mappate, ed in modo particolare degli orti residenziali e di quelli condivisi che ne rappresentano la percentuale maggiore, può essere spiegata con le caratteristiche di dinamicità dell'attività di coltivazione amatoriale, che è in generale caratterizzata da una variabilità dell'interesse da parte dei cittadini, nel corso delle diverse stagioni, a coltivare con maggiore o minore intensità.

Gli orti istituzionali occupano una superficie pari a circa il 3% del totale nel 2007 e del 5% nel 2014. La categoria è l'unica che mostra un incremento delle superfici (30% nel periodo di riferimento 2007-2014). L'evoluzione è probabilmente legata a un aumento delle iniziative intorno al tema dell'AU con varie finalità (formative, ricreative, di reinserimento sociale, ecc.) da parte di diverse strutture (scuole, istituti di pena, ecc.).

Gli orti informali sono la categoria meno diffusa, in termini sia di numero di poligoni sia di superficie. Il numero di parcelle costituisce il 2% circa del totale in entrambi gli anni di rilevazione, mentre in termini di area sfiorano la soglia dell'1%, sia nel 2007 sia nel 2014. Analizzando la dinamica 2007-2014 emerge chiaramente una contrazione che riguarda

il numero di parcelle (-35%) e la superficie coltivata (-17%). La riduzione, analogamente al caso di Roma, potrebbe essere dovuta al diffondersi di altre iniziative regolamentate. Un'altra ipotesi potrebbe essere legata alla perdita di aree un tempo adibite alla coltivazione per cambiamenti di uso del suolo.

Rispetto a quest'ultimo punto, il fenomeno del consumo di suolo, già evidenziato nelle sezioni precedenti nella sua intensità dai dati dell'ultimo rapporto ISPRA, può essere confermato anche dalla lettura dei dati multitemporali della banca dati CREA. La banca dati geografica, contenendo la mappatura completa delle aree agricole dell'area amministrativa di Milano, consente di effettuare anche una stima della pressione delle aree artificiali nel periodo 2007-2014¹². Dalla lettura dei dati appare inequivocabile il trend espansivo delle aree artificiali a discapito di quelle coltivate ed in particolar modo di quelle aziendali: nei sette anni si registra una perdita di 125 ha di aree agricole, pari al 4,6% del totale delle superfici aziendali mappate.

4.5 Considerazioni conclusive

L'analisi dei casi studio presentati mette in evidenza come il fenomeno dell'AU amatoriale sia dominato da una eredità storica in cui il carattere "abusivo", ovvero privo di riconoscimento da parte delle istituzioni, appare dominante, differenziandosi quindi dalle situazioni di molte altre realtà europee.

Storicamente, le città di Roma e Milano, mostrano caratteristiche evolutive piuttosto simili partendo dai periodi più remoti fino all'epoca recente. Tuttavia, emergono delle differenze se si analizza il ruolo delle amministrazioni pubbliche. Ad esempio, è noto che Milano ha già avviato da tempo azioni e progetti finalizzati alla regolamentazione delle iniziative nate in maniera spontanea, con assegnazione di aree pubbliche da coltivare per finalità non commerciali. Roma ha un paesaggio agricolo urbano

¹² La stima potrebbe essere in difetto dato che la mappatura delle aree agricole aziendali non rileva gli eventuali terreni posti a riposo che durante il processo di fotointerpretazione risultano difficilmente discriminabili dalle aree naturali e semi-naturali.

amatoriale dominato storicamente da insediamenti non legalizzati che permane tuttora, anche se ha iniziato ad affrontare la problematica con iniziative di regolamentazione e la realizzazione di regolamenti comunali come quello emanato nel 2015 per gli orti ed i giardini urbani.

Lo studio dell'AU nelle realtà metropolitane oggi risulta determinante per inquadrare il fenomeno e per gestirlo in modo opportuno dal punto di vista della pianificazione urbana. Purtroppo, sebbene il fenomeno sia ormai consolidato ed in rapida diffusione in numerose realtà italiane, come riscontrato nei due casi studio, mancano ancora dei censimenti completi, strutturati, aggiornati/aggiornabili ed ufficiali sull'AU, soprattutto mediante un opportuno inquadramento nello spazio geografico urbano.

Il CREA ha realizzato nel 2014 un primo tentativo di mappatura estensiva, in chiave territoriale, dei siti di AU nelle città di Roma e Milano, rispondendo ad una esigenza oggettiva che nasce dalla mancanza di dati aggiornati sul fenomeno e, più in generale, dalla frammentarietà ed alla difficoltà di accesso alle informazioni. I dati della mappatura consentono di avere una prima visione sinottica del fenomeno nelle due città riconoscendone le principali forme ed evoluzioni nei due contesti, sebbene abbiano una copertura territoriale differente (nel caso di Roma l'area di indagine è ridotta a quella delimitata dal Grande Raccordo Anulare).

Guardando al fenomeno nel suo complesso, appare evidente che l'AU è di fatto un tentativo di ge-

nerazione e recupero di spazi vuoti e verdi urbani, da gestire anche con nuove forme in un'ottica di condivisione. Di fatto, queste nuove interpretazioni partecipative dello spazio metropolitano sono un tentativo di ricollegamento tra natura e società, che è venuto a mancare con la predominanza dei processi di artificializzazione (Spagnoli et. al., 2012). L'analisi di alcuni esempi di coltivazione nelle città di Roma e Milano dimostrano come l'AU rappresenti un'interessante infrastruttura verde in grado di fornire importanti servizi ecosistemici, in termini di socializzazione, formazione culturale e nicchie biologiche per la biodiversità.

Infine, appare importante la realizzazione di mappe spaziali sul fenomeno che vengano anche periodicamente aggiornate per consentirne un'adeguata valutazione utile alle amministrazioni per la pianificazione e la valorizzazione degli spazi urbani. Infatti, questo rappresenta il punto di partenza per analizzare le relazioni tra l'AU e l'ambiente urbano. Risulta, ad esempio, stringente la necessità di indagare in modo approfondito le relazioni tra le aree coltivate e le possibili fonti di contaminazione dell'ambiente urbano che possono interessare sia direttamente i coltivatori urbani (es. inquinamento aereo) sia la qualità dei prodotti agricoli (es. contaminazione del suolo e delle acque). Le suddette valutazioni dovranno poi trovare spazio nelle azioni di regolamentazione delle aree coltivate e concretizzarsi nell'emanazione di linee guida ed attività formative per i cittadini.

Bibliografia

Cattivelli V. (2014), L'esperienza degli orti urbani nel comune di Milano – Una lettura attraverso gli open data comunali, anno 10 n°39. Cognetti F., Conti S., Fedeli V., Lamanna D., Mattioli C. (2012), La terra della città – Dall'agricoltura urbana un progetto per la città una ricerca. Report, Marzo 2012. In: http://www.valledeimonaci.org/static/upload/_con/conti_nocetum.pdf

Greco, C. (2010), Paesaggi commestibili. Prospettive di agricoltura urbana a Milano.

Hodgson, J. A., C. D. Thomas, S. Cinderby, H. Cambridge, P. Evans, and J. K. Hill (2011), Habitat re-creation strategies for promoting adaptation of species to climate change, *Conservation Letters*, n. 4

Ingersoll R., Fucci B. Sassatelli M. (2008), Agricoltura urbana, dagli orti spontanei all'agricivismo per la riqualificazione del paesaggio perturbato, Regione Emilia Romagna, Bologna, 289–297

ISPRA (2015), Il consumo di suolo in Italia – Edizione 2015. Rapporti 218/2015 ISBN: 978-88-448-0703-0

ISTAT (2011), La superficie dei comuni, delle province e delle regioni italiane. In: <http://www.istat.it/it/archivio/82599>

Lafrèry Antonio (1573), (Pianta prospettica di Milano), Milano, 1573, scala approssimata di 9/10.000, incisione su rame, 40.8x55.0. Milano, Raccolta Bertarelli.

Lupia F. (2014), Mappatura spaziale dell'agricoltura urbana. INEA 2014 Collana Sistema della Conoscenza. Quaderni. ISBN 978-88-8145-403-7 DOI: 10.13140/RG.2.1.2459.3446.

Pulighe G., Baiocchi V., Lupia F. (2015), Horizontal accuracy assessment of very high-resolution Google Earth images in the city of Rome, Italy, *International Journal of Digital Earth*, DOI: 10.1080/17538947.2015.1031716

Roma Capitale, Relazione sullo Stato dell'Ambiente – Agricoltura (2011). In: https://www.comune.roma.it/PCR/resources/cms/documents/RSA2011_Agricoltura.pdf (ultimo accesso 05.10.2015)

Spagnoli, L., & Ferrari, V. (2012), Nuove figure interpretative e progettuali per una rigenerazione ecosostenibile degli spazi urbani. Roma fra città e campagna DOI: 10.4458/9391-06. Documenti geografici.

Uttaro, A. (2012). Dove si coltiva la città. Community gardening e riattivazione di spazi urbani. *Sociologia urbana e rurale*.

Weber F. (1998), *L'Honneur du Jardinier, Les potagers dans la France du xxe siècle*. Paris, Belin

Sitografia

Orto diffuso wiki map Milano. <http://www.umapper.com/maps/view/id/157087> (ultimo accesso 05.10.2015)

Zappata Romana. <http://www.zappataromana.net/> (ultimo accesso 05.10.2015)

Zappata Romana: Spazi verdi condivisi. <http://www.zappataromana.net/mappa/> (ultimo accesso 05.10.2015)

La terra della città. <http://www.ortianimati.com/wordpress/terracitta/atlanter> (ultimo accesso 05.10.2015)

Comune di Milano. <http://Dati.comune.milano.it> (ultimo accesso 05.10.2015)

Agenzia per l'Italia digitale (Agid). <http://www.agid.gov.it/> (ultimo accesso 05.10.2015)

Società Geografica Italiana. Recupero e utilizzazione delle aree marginali e degradate di Roma – mappatura “orti urbani”. In: <http://societageografica.net/> (Ultimo accesso 05/10/2015)

Comune di Roma. Regolamento per affidamento di orti e giardini condivisi. In: http://www.comune.roma.it/PCR/resources/cms/documents/OrtiUrbani_def17.pdf#sthash.7OoZsG7M.dpuf (Ultimo accesso 05/10/2015).

ISPRA. SINAnet – Rete del Sistema Informativo Nazionale Ambientale. Corine Land Cover 2012 IV livello. In: <http://www.sinanet.isprambiente.it/it/sia-ispra/download-mais/corine-land-cover> (Ultimo accesso 05.10.2015)



Sede Centrale
Via Nazionale 82 – 00184 Roma
Tel. 06478361 - Fax 0647836320
info@crea.gov.it - www.crea.gov.it

