associazione**AlessandroBartola**
Studi e ricerche di economia e di politica agraria

Collana Tesi on-line

Larisa Lupini

Diversifarm
Idee imprenditoriali innovative nell'agricoltura delle Marche

PRESENTAZIONE DI ANDREA ARZENI

INTRODUZIONE

Capitolo I – LA POLITICA AGRICOLA COMUNE

Capitolo II – VERSO UNA NUOVA AGRICOLTURA

Capitolo III – IDEE INNOVATIVE NELL'AGRICOLTURA DELLE MARCHE

Capitolo IV – ANALISI DI 16 CASI AZIENDALI

ALCUNE NOTE CONCLUSIVE

APPENDICE

BIBLIOGRAFIA

Numero 9 – Gennaio 2003

INDICE

INDICE I
PRESENTAZIONE V
INTRODUZIONE UN'AGRICOLTURA MULTIFUNZIONALE IN EUROPA 1
CAPITOLO 1 LA POLITICA AGRICOLA COMUNE 5
1.1. Le origini della PAC e la riforma del 1992 5
1.2. Mondo agricolo e mondo rurale 6
1.2.1. La popolazione 7
1.2.2. Il territorio 8
1.2.3. L'economia 9
1.2.4. Sviluppo agricolo e sviluppo rurale 9
1.3. Agenda 2000: l'occasione per una nuova riforma 9
1.4. La politica di qualità 12
1.5. Le misure di sviluppo rurale 13
1.6. Una politica agricola e rurale comune per l'Europa 14
1.7. Sviluppo regionale e locale 16
1.7.1. I programmi LEADER 17
1.8. Dove va l'agricoltura europea? 20
CAPITOLO 2 VERSO UNA NUOVA AGRICOLTURA 23
2.1. Ridefinizione di un mestiere 23
2.2. La multisettorialità 24
2.3. Il problema economico 26
2.4. I parchi e le aree protette: luoghi privilegiati per l'applicazione del modello di agricoltura multifunzionale 26
2.4.1. Per un'agricoltura sostenibile 28
2.4.2. Due realtà a confronto 30
2.4.3. Il Parco Agricolo Sud Milano 30
2.4.4. Il Parco Regionale del Conero 31
2.5. Le fattorie didattiche: un importante caso di multifunzionalità 32
2.6. La polifunzionalità 35
2.7. Pluriattività e part-time 36
2.7.1. Aziende professionali ed accessorie 41
2.7.2. Vantaggi e lati negativi del part-time in agricoltura 41
2.8. Il contoterzismo nell'agricoltura multifunzionale 43
2.8.1. Le ragioni della diffusione 44
2.8.2. Una concezione diversa dell'azienda 44
2.8.3. Un elemento necessario nell'agricoltura multifunzionale 46
2.9. La diversificazione 47
2.10. Innovazioni 48
2.10.1. Come si riconosce una innovazione 49
2.10.2. Perché si adotta una innovazione? 49
2.11. Il ruolo dei giovani in agricoltura 50
2.11.1. Fattori di attrazione del settore 52
2.11.2. Le misure dell'UE a favore dei giovani agricoltori 54

2.12. Il modello agricolo americano 55
2.12.1. Un rapido excursus storico 56
2.12.2. Verso il cambiamento.....58
2.12.3. Un faccia a faccia tra due modelli di agricoltura 58
2.12.4. Esperienze di "agricoltura alternativa" negli USA.....59
2.13. Un modello agricolo da preservare e diffondere.....61
CAPITOLO 3 IDEE INNOVATIVE NELL'AGRICOLTURA DELLE MARCHE 63
3.1. Quale metodologia? 63
3.1.1. È solo un punto di partenza.....63
3.1.2. Una selezione affidabile 64
3.2. Gli strumenti dell'indagine.....65
3.2.1. Un'esperienza singolare 67
3.3. Note orizzontali a margine delle interviste.....69
3.3.1. Le aziende 70
3.3.2. Notizie generali sulla famiglia e caratteristiche strutturali dell'impresa 72
3.3.3. Caratteristiche del ciclo produttivo e commerciali.....73
3.3.4. Un profilo economico e patrimoniale delle aziende.....74
3.3.5. Integrazione con la realtà circostante 74
3.3.6. Il futuro non è un punto interrogativo.....75
3.3.7. La spesa sull'aia 75
3.3.8. Elementi di innovazione, ripetibilità delle esperienze e analisi SWOT 77
CAPITOLO 4 ANALISI DI 16 CASI AZIENDALI.....79
4.1. Azienda agricola CHESSA.....79
4.2. Azienda agricola ACCADIA 84
4.3. Cooperativa agricola S. ROMUALDO 89
4.4. Azienda vinicola CORONCINO 93
4.5. Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA 97
4.6. Azienda agricola VERDEVITA 101
4.7. Azienda agricola ed agriturismo LA GIARA 105
4.8. Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI 109
4.9. Azienda agraria FANOFLOR.....113
4.10. Azienda agricola MASCIOLI.....117
4.11. Azienda agricola STORTONI.....121
4.12. Azienda agricola CAPPELLACCIO 126
4.13. Azienda agricola LA MADIA 130
Azienda agricola PASCUCCI ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA 136
4.15. Azienda agricola ed agriturismo LA FAVELLA.....140
4.16. Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA 144
4.17. Una lettura trasversale dei dati aziendali.....150
4.17.1. Notizie generali.....150
4.17.2. Informazioni economiche 151
4.17.3. Profilo economico e patrimoniale 152

4.17.4. Integrazione con l'ambiente circostante 153
4.17.5. Ripetibilità, grado di innovazione e futuro delle aziende 154
ALCUNE NOTE CONCLUSIVE 155
APPENDICE 159
Questionario delle interviste 159
Scheda aziendale n. 1 160
Scheda aziendale n. 2 161
BIBLIOGRAFIA 163
Testi 163
Articoli 164
Atti dei convegni 167
Documenti tratti da siti Internet 168

Per la realizzazione di questo lavoro si ringraziano:

- dott. Andrea Arzeni, Osservatorio Agroalimentare delle Marche, Ancona;
- prof. Franco Sotte, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Ancona;
- Stefano Brocani, Copagri, Confederazione Produttori Agricoli, Pianello Vallesina (AN);
- Leonardo Zanca, Copagri Confederazione Produttori Agricoli, Fabriano (AN);
- Claudio Nasoni, Copagri Confederazione Produttori Agricoli, Pesaro;
- Sergio Zoccari, Copagri Confederazione Produttori Agricoli, Macerata;
- Massimo Maranesi, Copagri Confederazione Produttori Agricoli, San Benedetto del Tronto (AP).

Un particolare riconoscimento va, però, innanzitutto ai conduttori delle aziende, per la loro disponibilità ed il tempo dedicato alle interviste e agli incontri e telefonate successivi, necessari per reperire tutte le informazioni necessarie.

PRESENTAZIONE

L'agricoltura svolge un ruolo essenziale nello sviluppo socio-economico che non è solamente identificabile nella produzione di beni alimentari. Le imprese agricole ora svolgono molte diverse funzioni, alcune che riprendono la tradizione ma altre assolutamente innovative, come ad esempio quelle che riguardano l'accoglienza turistica, la gastronomia, il divertimento, lo sport, la cultura e l'artigianato locale.

In effetti, oltre ai beni e ai servizi per il mercato, gli agricoltori offrono altri servizi per la manutenzione e la cura dell'ambiente, la preservazione del paesaggio e la promozione del patrimonio artistico e culturale.

Questi aspetti sono generalmente associati nel termine di "multifunzionalità dell'agricoltura" e costituiscono la nuova frontiera dello sviluppo dell'impresa agricola che divide l'agricoltura dalle altre attività economiche.

Il nuovo modello di agricoltura europea introdotto con il nuovo periodo di programmazione della politica agricola comunitaria 2000-2006, segna un punto di svolta rispetto al passato e riconosce queste nuove funzioni che l'agricoltura svolge.

Si ritorna alla centralità della figura dell'imprenditore come elemento chiave per lo sviluppo non solo agricolo ma rurale nell'accezione comunitaria ovvero di sviluppo integrato ed equilibrato delle aree rurali.

In una regione come la Marche, considerata regione "significativamente rurale", secondo i parametri internazionali di classificazione dei territori, il tema del futuro dell'impresa agricola e dello sviluppo delle aree interne suscita notevole interesse anche in relazione alla forte contrazione del numero di aziende segnalata dai dati censuari.

Gran parte delle aziende marchigiane non sono in grado raggiungere livelli soddisfacenti di reddito sia per il fatto che le caratteristiche morfologiche del territorio raramente consentono di sviluppare attività agricole intensive sia per il fatto che storicamente la proprietà fondiaria si è frammentata in tante unità incapaci singolarmente di raggiungere quelle dimensioni adeguate alle esigenze di un mercato sempre più globale.

Il futuro dell'agricoltura non sarà però deciso solo dal mercato dei prodotti di largo consumo ed è già chiaro che la strategia da perseguire è quella della diversificazione produttiva e della multifunzionalità.

Questo lavoro di ricerca ha inteso appunto verificare quali sono questi sentieri evolutivi alternativi per le aziende agricole attraverso la selezione di alcuni casi studio. L'analisi condotta mette in luce come spesso queste iniziative "pionieristiche" incontrano molteplici difficoltà iniziali per scarsa conoscenza e per una Pubblica Amministrazione non sempre capace di recepire le novità con la velocità che il contesto richiederebbe.

I casi studio costituiscono tanti tasselli informativi che singolarmente offrono uno spaccato sul nuovo modo di fare impresa in agricoltura e fanno capire come gli aspetti sociali, le tradizioni il legame con il territorio, sono elementi che spesso prevalgono sugli obiettivi economici.

Queste tessere però messe tutte assieme compongono un quadro abbastanza chiaro delle capacità di adattamento e della caparbietà con cui molti agricoltori marchigiani vogliono restare in agricoltura, dimostrando di essere imprenditori completi e capaci.

Andrea Arzeni

INTRODUZIONE
UN'AGRICOLTURA MULTIFUNZIONALE IN EUROPA

L'agricoltura, o meglio, il mondo rurale, merita di essere tenuto in considerazione, poiché molti cambiamenti ed evoluzioni lo interessano, oggi, da vicino.

La fase, iniziata dopo la seconda Guerra Mondiale, in cui all'agricoltura era stata espressamente affidata la funzione di nutrire la popolazione, per la ripresa economica e sociale, è ormai superata, il settore agricolo ha assolto quel compito e oggi la collettività ha raggiunto una condizione di stabilità e benessere che la conduce, tra l'altro, a spostare il suo interesse dalla quantità alla qualità, alla sicurezza degli alimenti e delle tecniche di produzione, alla ricerca di servizi ulteriori che l'agricoltura tradizionale offriva naturalmente, come la cura del paesaggio ed il rispetto dell'ambiente.

Il mondo agricolo, dunque, ha l'opportunità di guardarsi intorno, anziché restare ancorato alla sua vecchia funzione, di rivalutare antichi valori e tradizioni, usi e costumi; di riscoprire le sue funzioni originarie, di offrire servizi nuovi, più o meno collegati all'attività principale, di puntare, in definitiva, verso la multifunzionalità.

Il primo passo avanti in questa direzione è il passaggio da una concezione di mondo agricolo ad una di mondo rurale, per intendere, con esso, non solo l'attività di produzione di beni alimentari, ma anche tutta una serie di altri beni e servizi da realizzare in parallelo; non solo gli agricoltori, ma tutti coloro che abitano e vivono la dimensione rurale e contribuiscono all'economia complessiva; non solo la campagna, ma tutto il territorio, non urbano, nel quale queste funzioni ed attività trovano svolgimento.

Tutti i segnali di cambiamento sono stati colti anche dalla Politica agricola comune, che ha cercato e cerca continuamente, di uniformarsi alle nuove esigenze della collettività, di dare un'immagine modernizzata e rinnovata all'agricoltura e di restituirle le sue molteplici funzioni tradizionali, oltre che di dare risalto a tutte quelle attività che si rivelano sempre più determinanti nelle scelte dei consumatori, nelle richieste del mercato e, quindi, per il settore stesso.

Ciò anche in vista degli altri obiettivi europei da portare a termine, quali l'ingresso nell'Unione dei Paesi dell'Europa Centrale e Orientale (PECO), nonché il rispetto degli accordi internazionali presi in occasione dell'Uruguay Round, in sede GATT/WTO e, per finire, l'unificazione del mercato e della moneta.

La Politica agricola comune ha bisogno, dunque, di continui rinnovamenti e, soprattutto di mosse decisive ed efficaci, cosa che, invece non sempre è riuscita secondo i modi pensati e gli obiettivi prestabiliti, pur in presenza di proposte di politica (come ad esempio la CARPE) di tale livello.

Nonostante ciò i passi avanti in direzione di un'agricoltura multifunzionale sono evidenti e le trasformazioni subite dal settore in tutta l'Unione Europea negli ultimi decenni, considerevoli, tanto che l'UE ha affermato la necessità di preservare e diffondere il nuovo modello di agricoltura europea, il quale, oltretutto, si differenzia nettamente da altri modelli agricoli, primo tra tutti quello statunitense.

L'agricoltore che vuole mantenere il passo con i tempi assume vesti nuove e funzioni nuove e diverse: egli svolge un'attività complessa ed articolata, che si sviluppa in maniera multisettoriale e multidirezionale, in contrasto con un'agricoltura del tipo monofunzionale. Tale attività complessa comprende la realizzazione di prodotti di qualità, la trasformazione agro-alimentare, la commercializzazione, la produzione di beni dell'artigianato tipico, l'attività agrituristica, la promozione di attività di svago, divertimento, ristorazione, sport, intrattenimento e così via.

A ciò va aggiunta la serie di servizi di tutela del paesaggio e dell'ambiente, oltre a quelli educativi, culturali, terapeutici e riabilitativi, per la cura della persona.

La figura del nuovo agricoltore si differenzia anche per il tempo dedicato a questa attività: egli è in genere un lavoratore part-time in altri settori (industriale o terziario) che dedica all'agricoltura una parte del suo tempo, ma che vi applica le conoscenze, la professionalità e le esperienze acquisite negli altri settori. Tale situazione permette, tra l'altro, all'agricoltura di integrarsi con il settore dei servizi, attraverso il contoterzismo.

Un aspetto di notevole interesse è il ricambio generazionale, cioè il ruolo e l'importanza dei giovani in agricoltura: la loro presenza risulta fondamentale, per la loro capacità di portare aria nuova al mondo agricolo, grazie alla loro maggiore apertura mentale e quindi alla disponibilità, pur rischiando, a tentare ed introdurre innovazioni, oltre che alla capacità di captare informazioni e di interrelarsi con l'esterno. In tale contesto la capacità di attrazione del settore agricolo è determinante e l'UE ha attivato una serie di incentivi e premi rivolti a coloro che decidono di entrarvi.

Fattori di estrema rilevanza nel nuovo modello di agricoltura multifunzionale sono costituiti dalla diversificazione e dall'introduzione di innovazioni, che permettono al settore una maggiore integrazione nell'economia e di offrire beni e servizi che esaudiscono le richieste e le esigenze della collettività, oltre che naturalmente di ampliare e diversificare la gamma di attività svolte dalle aziende agricole, quindi l'offerta di beni e servizi e, conseguentemente i redditi degli agricoltori.

Il secondo obiettivo di questo lavoro è quello di verificare lo stato di applicazione del nuovo modello di agricoltura europea nella regione Marche.

A tale scopo si cerca di rilevare, attraverso contatti diretti con alcune aziende agricole della regione, gli aspetti di esse più significativi, che le riconducono a tale modello.

La ricerca considera anche aspetti tecnici ed economici di tali aziende, tentando di impostare, di conseguenza, una nuova traccia metodologica per l'individuazione di tali casi e per aprire la strada a nuovi percorsi di studio e di ricerca e, per questo motivo, l'ultima parte del lavoro può essere considerata la più interessante, dinamica e, forse, più originale, se non altro per il tentativo che si compie, di costruire una valutazione economica dei casi esaminati.

Tali aziende costituiscono esperienze interessanti e diverse tra loro, che meritano una considerevole attenzione per il fatto di aver impostato la loro attività in un'ottica di multifunzionalità, ma soprattutto di novità, nel tipo e nella varietà di beni e servizi proposti, nell'organizzazione e nella gestione aziendali e così via; ma l'elemento di novità sta anzitutto nel fatto che la loro concezione di agricoltura è profondamente diversa da quella tradizionalmente intesa ed il cui obiettivo si rifà alla produzione di derrate alimentari.

Fatto ancora più importante, i casi studiati costituiscono soltanto alcuni esempi della direzione che l'agricoltura sta imboccando oggi nella regione, ciò ha importanti implicazioni in materia di introduzione di fattori di innovazione, nonché di ripetibilità delle esperienze.

CAPITOLO 1
LA POLITICA AGRICOLA COMUNE

1.1. Le origini della PAC e la riforma del 1992

E' ormai noto a tutti come negli ultimi tempi l'agricoltura stia attraversando una fase di profonda trasformazione e di evoluzione.

Superato il periodo del secondo dopoguerra, quando al primo settore dell'economia in Europa fu affidato il compito specifico di assicurare la produzione di derrate alimentari sufficienti a sfamare la popolazione, con l'obiettivo, quindi, della produzione di **quantità**, le condizioni di vita di quella stessa popolazione sono migliorate: essa vive oggi una situazione di benessere sociale e perciò alimentare e, dunque, le sue esigenze si sono modificate.

I consumatori richiedono, quindi, all'agricoltura cose diverse, e più che altro differenziate, rispetto al passato.

La Politica Agricola Comune era in origine strutturata in modo tale da proteggere i prezzi agricoli, che nella CEE erano più alti che nel resto del mondo, a causa di elevati costi di produzione derivanti, tra l'altro, dalla minore disponibilità di terreno coltivabile e dalla presenza di zone di difficile utilizzazione, come le aree collinari e montane. La Comunità garantiva, attraverso il sistema, detto dei prezzi minimi di intervento, l'acquisto di tutta la produzione realizzata, ad un prezzo minimo prefissato che assicurasse determinate condizioni di vita agli agricoltori, anche se la produzione non era tutta richiesta dal mercato, o se lì essa aveva un prezzo maggiore.

In questo modo però il sistema di interventi ha sganciato il settore agricolo comunitario dalle fluttuazioni del mercato, con l'intenzione di proteggerlo, ma anche con il risultato di appesantire eccessivamente il bilancio comunitario, sul quale la politica agricola grava per il 50%.

Allo stesso tempo esso ha provocato delle distorsioni reddituali al settore, nel senso che ha abituato gli agricoltori a ricevere compensi, anche se i prodotti finali e le modalità di gestione del territorio non erano di particolare interesse per la collettività: ciò ha generato, tra l'altro, lo sfruttamento dei terreni ed il loro impoverimento, quindi una diminuzione di fertilità, o addirittura la sterilità.

Negli ultimi decenni si è inoltre verificato un processo di de-territorializzazione dell'agricoltura, per fare spazio all'industrializzazione e allo sviluppo urbano, e di concentrazione della stessa in zone sempre più ristrette e perciò sfruttate il più possibile, per ottenere la stessa quantità di prodotto che in passato si aveva su uno spazio più ampio: le politiche comunitarie, a questo proposito, non sono state in grado di riequilibrare gli scompensi creati da questi eventi, come invece era negli obiettivi.

Allo scopo di aumentare le rese il progresso è entrato in agricoltura, con l'impiego di metodi ad alto contenuto tecnologico, ma anche ad elevato impatto ambientale (vale a dire sistemi ad alta concentrazione di capitali, utilizzo di prodotti chimici, come fertilizzanti, diserbanti, pesticidi), che hanno fatto

dimenticare valori importanti come quelli della conservazione e della salubrità del territorio e dell'ambiente.

La Politica Agricola Comune, per diversi motivi, quindi, non sarebbe potuta rimanere a lungo così come era stata formulata all'inizio, dal momento che aveva fin da subito mostrato alcuni suoi punti deboli.

Vari furono i tentativi di riforma, ma la più consistente è stata sicuramente quella del 1992, che ha preso il nome dell'allora Commissario Europeo dell'Agricoltura Mac Sharry.

Il cambiamento di rotta è stato, in questo caso, coraggioso e decisivo, perché si è puntato sul passaggio dal sistema di sostegno dei prezzi a quello di sostegno dei redditi degli agricoltori, intendendo quindi finanziare non più lo status, ma il progetto, nel senso che solo chi si adeguava ai limiti posti dalla Comunità e adottava i sistemi di produzione stabiliti poteva usufruire degli aiuti; sistema peraltro già adottato da tempo e con successo da altri Paesi sviluppati, tra cui gli Stati Uniti.

L'obiettivo di questa riforma era di ricollegare l'agricoltura europea con la realtà del mercato, attraverso una riduzione dei prezzi dei prodotti, in modo che fossero più competitivi, sia sul mercato interno, sia su quello internazionale, anche se il principio fondamentale della preferenza per la produzione agricola comunitaria, su cui la PAC era basata, rimaneva intatto[1].

Con la riforma, però, si cercò soprattutto di eliminare il problema della sovrapproduzione e di correggere anche la distorsione data dal fatto che il vecchio sistema di aiuti avvantaggiava le grandi aziende agrarie, più che i piccoli agricoltori.

Essa avrebbe dovuto, tra l'altro, facilitare le cose in vista dell'abbassamento delle barriere doganali e quindi, della realizzazione del libero mercato all'interno della CEE; inoltre ha anche tentato di restituire agli agricoltori il loro compito originario di curatori e manutentori del paesaggio, riprendendo in considerazione degli aspetti precedentemente dimenticati, come la conservazione del territorio e la salvaguardia dell'ambiente.

Quest'ultimo obiettivo non è stato, però, pienamente centrato dalla riforma del 1992, che dunque, nonostante gli sforzi e le buone intenzioni, non è stata sufficientemente ampia, infatti, essa si è concentrata sulla produzione alimentare, allo scopo di eliminare il surplus produttivo, e sul sostegno ai redditi, trascurando l'aspetto qualitativo della politica agricola, che avrebbe dovuto portare l'agricoltura europea verso il raggiungimento degli obiettivi più ambiziosi che si era posta. Era giunta quindi l'ora di rimettere mano alla politica agricola, per cercare di raggiungere quegli obiettivi che erano rimasti per il momento disattesi.

1.2. Mondo agricolo e mondo rurale

Dal momento che le riforme attuate sinora non permettevano di raggiungere importanti obiettivi, appariva chiaro che una ulteriore riforma non poteva più essere limitata entro confini solamente agricoli, ma, oltre a comprendere misure di mercato, doveva tenere conto delle necessità del mondo

[1] Gli altri due principi di base della PAC sono l'unicità del mercato comune e la solidità finanziaria; anche questi, al pari di quello della preferenza comunitaria, rimangono validi.

rurale, delle esigenze della società odierna e di quelle ambientali e quindi agire entro parametri più ampi.

Conseguentemente era necessario passare dalla considerazione del concetto di "agricolo" a quello di "rurale", perché il fatto che la politica agricola trattasse lo sviluppo del solo settore agricolo, inteso come settore economico, era ormai troppo riduttivo, in quanto comprometteva l'evoluzione della politica agricola stessa verso gli obiettivi più ampi di sviluppo rurale e, oltretutto, rischiava di costituire un ostacolo ad una maggiore integrazione europea e ad una ulteriore apertura dei mercati.

Ma che cosa è considerato "agricolo" e che cosa "rurale"?

In realtà non esiste una definizione precisa ed univoca del termine "rurale", anzi ve ne sono molteplici, secondo il luogo e il tempo che si considerano.

In generale però si ritiene agricolo tutto ciò che rientra nel primo settore dell'economia; rurale invece assume un significato più ampio, perché comprende tutto ciò che riguarda la campagna, il territorio, la popolazione, quindi non va inteso solo come settore economico.

In realtà spesso, per definire un'area rurale, si fa riferimento solo ad un fattore e cioè la densità di popolazione, ma ciò finisce per essere semplicistico, poiché le componenti sono più d'una, infatti, fattori geografici, storici, economici e culturali concorrono ad identificare un'area rurale.

Quello di "rurale" è quindi un concetto complesso, per cui vanno tenuti in considerazione diversi elementi contemporaneamente.

1.2.1. La popolazione

Si prende in considerazione la popolazione residente, quella che svolge attività rurali, inclusi gli agricoltori e gli altri gruppi sociali presenti nelle aree rurali, anche se non svolgono attività agricole; la popolazione rurale, infatti, non comprende solo coloro che producono beni alimentari, ma anche tutte quelle persone che svolgono attività connesse con l'agricoltura, che producono beni e servizi che passano o meno attraverso il mercato.

Inoltre bisogna valutare la densità di popolazione e la variazione della stessa nel tempo, provocata dal fenomeno delle migrazioni; così come la sua struttura, ossia l'ampiezza delle diverse classi di età.

Queste analisi, però, vanno effettuate a livello locale, perché generalizzarle all'intero territorio dell'Unione significherebbe, per esempio, affermare che, siccome l'UE considera aree urbane quelle che hanno da 150 a 500 abitanti per kmq, e visto che la densità di popolazione è, nell'UE di 115 abitanti per kmq, tutta la popolazione UE è rurale, il che non è esatto, oltre ad apparire assurdo.

Rifacendosi ad una dimensione globale, nelle statistiche dell'ONU (1996) la popolazione rurale costituisce il 54% della popolazione mondiale e decresce nei Paesi più sviluppati. In Europa la popolazione rurale è del 26%, con il 18% nell'Occidente e il 29% ad est; in Italia invece ammonta a 19 milioni di persone, che corrisponde al 33% della popolazione totale, mentre la popolazione agricola è circa il 7%.

Per il futuro si prevede che la popolazione urbana crescerà in maniera esponenziale, mentre quella rurale continuerà a crescere fino al 2010-2015, per poi stabilizzarsi e quindi decrescere.

1.2.2. Il territorio

Questa componente è connessa all'uso diversificato che si fa, negli ultimi tempi, delle aree rurali, cioè alla produzione di beni e servizi complementari all'attività agricola intesa in modo tradizionale.

Le strutture e l'organizzazione del territorio sono infatti un indicatore di ruralità, come pure il livello di isolamento di certe zone, il grado di sviluppo delle infrastrutture e del sistema dei trasporti, tanto che l'OECD[2] definisce tre tipi di aree rurali, chiarendo che gli elementi principali di distinzione sono la distanza (e quindi la differenza) sia geografica sia economica dai centri urbani[3]:

1. aree rurali economicamente integrate: sono aree che crescono sia sotto l'aspetto economico, sia sotto quello demografico, localizzate vicino ai centri urbani, nelle quali il livello dei redditi è generalmente sopra la media, ma solo in parte essi provengono dal mondo rurale;

2. aree rurali intermedie: sorgono in genere lontane dai centri urbani, ma sono ad essi collegate da buone infrastrutture e sistemi di trasporto. Queste aree dipendono dall'agricoltura e dalle attività correlate, particolarmente in termini di occupazione, anche se si stanno avviando verso la diversificazione delle attività;

3. aree rurali remote: sono scarsamente popolate e più che altro la popolazione è costituita da anziani; sono localizzate in zone periferiche, lontane dai centri urbani e difficilmente accessibili, perché dotate di infrastrutture e servizi minimi; inoltre presentano poche possibilità di generare redditi, data la loro scarsa capacità produttiva e la scarsità di risorse sia umane sia naturali, e dati i bassi livelli di integrazione sul piano economico.

L'OECD ha anche stilato una classificazione in tre categorie del territorio rurale, considerando, però, come unico criterio distintivo la densità di popolazione, stabilendo in 150 abitanti per kmq il limite tra territorio urbano e rurale:

- se in un determinato territorio più del 50% della popolazione è rurale, il territorio è considerato prevalentemente rurale;

- se tra il 15% e il 50% della popolazione è rurale, esso è significativamente rurale: ciò significa che l'agricoltura non costituisce più l'attività di primaria importanza;

- se la popolazione rurale è minore del 15% il territorio è prevalentemente urbano.

---

[2] OECD: Organisation for Economic Cooperation and Development (sigla inglese per OCSE: Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico), l'organizzazione è il risultato della trasformazione e della modernizzazione e rinnovamento, nel 1960, dell'OECE.
[3] OECD: Creating Rural Indicators, 1994.

Territorio significa anche ambiente e quindi conservazione, utilizzo di metodi produttivi compatibili, oltre che turismo e tutta la serie di attività che contribuiscono a sviluppare le potenzialità della campagna.

1.2.3. L'economia

Riguarda la redditività e quindi il contributo del mondo rurale al PIL; l'occupazione, o il livello di disoccupazione nel mondo rurale, l'andamento nel tempo del livello di occupazione, la possibilità di lavorare part-time nel settore agricolo; la dimensione fondiaria, da cui dipende il valore aggiunto che il settore è in grado di dare all'economia.

1.2.4. Sviluppo agricolo e sviluppo rurale

E' facile adesso intuire, in quanto discorso consequenziale, che con sviluppo agricolo si fa riferimento al potenziamento, all'incremento, all'espansione del settore primario dell'economia, nel senso della mera produzione alimentare; sviluppo rurale è invece lo sviluppo integrato del territorio non urbano, nell'intento di creare una continuità che elimini il divario storico tra città e campagna, ma innanzitutto di migliorare la qualità della vita di tutti in generale e di offrire alla popolazione una serie di beni e servizi che vanno oltre la sola produzione di derrate.

Più precisamente lo sviluppo rurale, al pari di area rurale, si compone di tre aspetti: uno economico, che riguarda la distribuzione dei redditi tra la popolazione; uno sociale, che attiene alle condizioni di vita della popolazione ed uno territoriale, che ha a che fare con il miglioramento della qualità dell'ambiente e con le diverse possibilità di utilizzo delle aree rurali.

E' quindi ovvio che una politica di sviluppo rurale comprenderà non solo la politica agricola, ma anche quella ambientale, del territorio, sociale e così via.

In passato nel nostro Paese il concetto di rurale coincideva con quello di agricolo, infatti negli anni '50 si parlava solo di politiche agricole, e fino ai primi anni '90 rurale era fondamentalmente inteso come il settore primario dell'economia.

Fuori dai confini italiani invece il concetto di rurale è tradizionalmente molto più ampio, infatti è inteso come uno spazio non confinato al solo primo settore, o come un territorio in cui non sono presenti forti agglomerazioni urbane.

Nei Paesi in via di sviluppo inoltre, "rurale" e "sviluppo rurale", sono sinonimi di "agricolo" e di "sviluppo agricolo"; mentre nei Paesi sviluppati l'agricoltura è ormai solo un'attività produttiva e "rurale" assume il significato più ampio di cui si è appena parlato.

1.3. Agenda 2000: l'occasione per una nuova riforma

L'esigenza di una nuova riforma alla politica agricola fu confermata nell'ambito della Conferenza Europea sullo sviluppo rurale tenutasi a Cork nel novembre 1996, in occasione della quale si concluse che era necessario spronare l'UE ad assumere un ruolo attivo per dare un nuovo avvio alle politiche di sviluppo rurale.

Questo voleva dire sensibilizzare la popolazione verso la nuova politica, rendere le zone rurali un'attrattiva per la popolazione stessa, promuovere uno sviluppo sostenibile e un'agricoltura che non fosse più solo ristretta entro limiti quantitativi, nel senso che d'ora in poi essa avrebbe dovuto costituire solo una parte della politica di sviluppo rurale, seppure fondamentale.

Il nuovo concetto di sviluppo rurale infatti presupponeva il passaggio da un concetto quantitativo in agricoltura, ad uno di **qualità**.

Le esigenze della popolazione europea sono mutate rispetto ai decenni passati e date le condizioni di benessere in cui oggi vive, le sue richieste si sono evolute nel senso della ricerca della qualità nei prodotti alimentari e nella richiesta di servizi che l'agricoltura può offrire, al di là della sola produzione di derrate.

A queste nuove esigenze la Commissione Europea ha cercato di dare risposta tramite **Agenda 2000**, un documento programmatico presentato nel luglio 1997 ed approvato nel marzo 1999 al Consiglio europeo di Berlino, sul futuro della Politica dell'Unione, contenente proposte per la riforma della Politica agricola comune, unitamente ad un quadro finanziario relativo al periodo 2000 – 2006.

Esso si rifà agli obiettivi fissati nel '92, puntando specialmente su quelli non raggiunti, soprattutto in vista degli eventi cui si troverà di fronte l'Europa nel prossimo futuro: dall'ampliamento dell'Unione ai Paesi dell'Europa Centrale ed Orientale (PECO), all'introduzione della moneta unica, all'unificazione del mercato finanziario, al rispetto degli accordi presi in sede GATT/WTO[4].

Non si tratta di rifare tutto da capo, buttando quanto era stato fatto finora, Agenda 2000 si propone piuttosto di proseguire sulla scia della riforma Mac Sharry, ripartendo dal punto in cui questa aveva lasciato e di imprimere un nuovo slancio alla PAC, indirizzandola verso nuovi traguardi, più ampi ed ambiziosi, anche per dare una spinta decisiva al raggiungimento di un livello di integrazione europea più profondo.

I cambiamenti che propone non saranno applicati solo a livello globale, ma anche le economie locali delle zone rurali ne saranno coinvolte. Tenuto conto del fatto che il territorio rurale costituisce l'80% del territorio europeo, un equilibrato sviluppo rurale è strettamente legato alla politica agricola. Per questo motivo con Agenda 2000 la politica di sviluppo rurale diventa il "secondo pilastro" della nuova PAC.

Il documento giuridico che formalizza le proposte di riforma è il Regolamento CE n. 1257/1999, approvato dalla Commissione il 17 maggio 1999 sul sostegno allo sviluppo rurale.

Tale politica è basata su alcuni principi fondamentali:

- plurifunzionalità dell'agricoltura, cioè la sua capacità di offrire prodotti di qualità e una gamma di servizi, al di là della semplice produzione di derrate, aspetto fondamentale che la nuova politica riconosce e incentiva;

[4] GATT: General Agreement on Tariffs and Trade; WTO: World Trade Organisation (in italiano Organizzazione per il Commercio Mondiale), istituita a conclusione dell'Uruguay Round, con l'accordo di Marrakech, il 15 aprile 1994.

- plurisettorialità e integrazione dell'economia rurale: cioè diversificazione delle attività, creazione di nuove fonti di reddito e occupazione, protezione del patrimonio rurale;

- flessibilità degli aiuti allo sviluppo rurale, basata sulla sussidiarietà e sul decentramento, sulla consultazione a livello regionale e locale e sul partenariato. In pratica si tratta di ridefinire una ripartizione delle azioni e delle responsabilità tra l'UE e gli Stati membri, creando una situazione in cui ogni Stato membro è libero di stabilire le sue priorità e di scegliere le misure più idonee tra quelle del regolamento, tenendo conto delle necessità e delle esperienze delle realtà locali, alle quali si dà una maggiore voce in capitolo;

- trasparenza nell'elaborazione e nella gestione dei programmi, proponendo una normativa più semplificata e alla portata di tutti, a partire dalla normativa comunitaria sullo sviluppo rurale che, in base a questo principio, viene ridotta ad un quadro giuridico unico, che sostituisce i nove regolamenti precedenti; anche la riduzione del numero di obiettivi delle azioni strutturali (da sette a tre) [5] persegue lo scopo della semplificazione.

L'aspetto più interessante è che ci si propone di attuare una politica integrata di sviluppo rurale (nel senso di integrazione dei vari interventi per uno sviluppo più coordinato di tutte le zone rurali d'Europa), decentrata, sostenibile, concorrenziale ed incentrata sulla qualità.

Si tratta di un notevole passo avanti verso il sostegno all'economia rurale nel suo insieme, piuttosto che alla sola produzione agricola, in modo che gli agricoltori siano compensati non soltanto per ciò che producono, ma anche, e soprattutto, per il loro contributo generale alla società.

La Commissione ha voluto tracciare le linee orientative di fondo, sulla base delle quali la politica dovrà muoversi, per indirizzarla in modo più diretto ed immediato, e quindi più efficace, verso gli obiettivi prefissati; la nuova PAC poggia quindi su degli elementi di base, che sono:

- Potenziamento del settore agricolo e forestale.

- Miglioramento della competitività delle zone rurali.

---

[5] I nuovi obiettivi prioritari dei Fondi strutturali per il periodo 2000 – 2006 comprendono due obiettivi geograficamente circoscritti ed un obiettivo che riguarda il resto dell'Unione e, rispetto alla precedente situazione, diventano i seguenti:

- obiettivo 1: regioni in ritardo di sviluppo, cioè regioni con PIL pro – capite inferiore al 75% della media comunitaria, regioni ultraperiferiche, regioni scarsamente popolate della Finlandia e della Svezia precedentemente ammissibili all'obiettivo 6;
- obiettivo 2: zone caratterizzate da difficoltà particolari di riconversione, cioè zone rurali fragili, zone in fase di mutamento socioeconomico nell'industria e nei servizi, zone urbane in crisi, zone dipendenti dalla pesca (queste zone sono definite sulla base di criteri fissati nel regolamento dei Fondi strutturali);
- obiettivo 3: adeguamento e ammodernamento delle politiche e dei sistemi di istruzione di formazione e di occupazione nelle zone che non rientrano nei primi due obiettivi.

Relativamente alla situazione precedente, vedi nota n. 13 di questo capitolo.

- Salvaguardia dell'ambiente e del patrimonio rurale.

1.4. La politica di qualità

Prima di procedere oltre, è bene specificare a che cosa precisamente si faccia riferimento quando si parli del concetto di qualità.

La ricerca della qualità, come è emerso più sopra, è una conseguenza del benessere in cui vive la popolazione europea. Da parte dei consumatori c'è oggi una presa di coscienza, che li conduce a non scegliere più alimenti con caratteristiche che possano andare a scapito della salute umana; al contrario la selezione alimentare avviene a vantaggio di cibi salubri e ciò non riguarda solo prodotti particolari, ma anche e soprattutto quelli di uso quotidiano: la qualità diventa, quindi, l'elemento centrale delle scelte alimentari dei consumatori.

L'attenzione e l'interesse del consumatore si concentrano sulla sicurezza degli alimenti, ma in senso qualitativo: egli acquista oggi in base a scelte più complesse e consapevoli, la qualità dunque è una caratteristica che deve essere presente non solo nel prodotto, ma anche nel processo produttivo e nel luogo di produzione. Dunque è essenziale l'impiego di tecniche eticamente accettabili, oltre che compatibili con l'ambiente: ciò comporta il rispetto di standard minimi in materia di igiene e benessere degli animali[6], nonché di ambiente, di conservazione del paesaggio e di valorizzazione del patrimonio culturale delle aree rurali.

Con la produzione di qualità è possibile ridare spessore a valori perduti come le tradizioni e gli usi antichi, valorizzando le risorse umane e naturali del territorio. Inoltre si ha l'occasione di svolgere attività diversificate e collegate all'agricoltura, come l'artigianato, il commercio, il turismo, sviluppando così il suo aspetto multifunzionale. Tutto ciò contribuisce all'esaltazione delle potenzialità locali delle aree rurali e, quindi, alla loro vitalità.

Dal momento che le richieste dei consumatori volgono sempre di più verso i prodotti ed i servizi di un'agricoltura multifunzionale e verso la qualità, l'UE, e specificamente la Commissione, ha risposto all'evoluzione di tali modelli di acquisto mettendo in atto dei sistemi europei che sviluppano e proteggono i prodotti alimentari, al fine di incoraggiare la diversificazione delle produzioni agricole, di proteggere i nomi dei prodotti contro gli abusi e le imitazioni, nonché di aiutare i consumatori, fornendo loro delle informazioni sulle caratteristiche specifiche dei prodotti.

Sono state quindi create delle etichette, complete di logo, che garantiscono la qualità, la provenienza, l'uso di determinate tecniche di produzione e così via, che sono:

- STG: Specialità Tradizionale Garantita, riguarda i prodotti che hanno un carattere tradizionale, o per gli ingredienti impiegati, o per il modo in cui sono ottenuti;

[6] Su questo punto l'UE ha deciso di estendere anche ai prodotti animali il Regolamento CEE n. 2092/91, relativo al metodo di produzione biologico e all'indicazione di tale metodo sui prodotti e sulle derrate alimentari.

- DOP: Denominazione d'Origine Protetta, riguarda gli alimenti prodotti, trasformati e preparati in una zona geografica specifica, mediante tecniche riconosciute;

- IGP: Indicazione Geografica Protetta, è riservata ai prodotti che presentano un legame geografico in almeno una delle fasi di produzione, della trasformazione o della preparazione.

Nel 1998 la Commissione ha avviato una campagna mirata a diffondere, tra i produttori, i dettaglianti e i consumatori degli Stati membri, la conoscenza di queste etichette, che distinguono le tre categorie.

Le norme comunitarie che si affiancano a quelle nazionali, che regolamentano i metodi di produzione nei vari Stati membri, sono costituite da due regolamenti: il Regolamento (CEE) n. 2081/92 sulla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti e il Regolamento (CEE) n. 2082/92 sulle attestazioni di specificità dei prodotti agricoli ed alimentari.

1.5. Le misure di sviluppo rurale

Il nuovo Regolamento comunitario (Reg. CE 1257/1999), che recepisce gli orientamenti di Agenda 2000, prevede le misure di sostegno allo sviluppo rurale, divise tra la sezione "Garanzia" e la sezione "Orientamento" del FEAOG.

Tali misure si distinguono in due categorie:

- Misure di accompagnamento alla riforma del 1992, che comprendono: prepensionamento, misure agro-ambientali e di imboschimento, nonché il regime relativo alle zone svantaggiate.

- Misure di ammodernamento e diversificazione delle aziende agricole: investimenti nelle aziende agricole, insediamento dei giovani agricoltori, formazione, sostegno agli investimenti negli impianti di trasformazione e commercializzazione, aiuto complementare alla silvicoltura, promozione e riconversione dell'agricoltura.

Attraverso queste misure si vogliono perseguire diversi obiettivi, infatti vengono concessi premi, aiuti ed incentivi alle persone coinvolte nel mondo rurale, per migliorare la struttura delle loro aziende, così da garantire maggiore redditività; si

vuole evidenziare l'importanza che rivestono le risorse umane nel mondo rurale, favorendo il ricambio generazionale e fornendo agli imprenditori agricoli tutti gli strumenti necessari a svolgere al meglio la loro attività, sotto tutti i punti di vista.

Si vuole anche procurare maggiore forza e competitività al settore, come pure garantire la continua innovazione e il passo con i tempi.

Inoltre si vuole assicurare l'applicazione di tecniche produttive compatibili con l'ambiente, così come la continuità e la regolarità dell'attività in zone particolari (zone svantaggiate), e anche migliorare la qualità dei prodotti, ampliare il mercato cercando nuovi sbocchi; estendere la pianificazione ambientale anche alla produzione agricola e aumentare la superficie boschiva. Si vuole stimolare la diversificazione delle attività agricole, per una maggiore vitalità del mondo rurale nelle realtà locali.

1.6. Una politica agricola e rurale comune per l'Europa

I temi della riforma sono stati ripresi con forza anche dal **Rapporto Buckwell**[7]: il risultato di un lavoro che si sviluppa parallelamente ad Agenda 2000 e commissionato nel 1996 dalla Direzione Generale VI (Agricoltura), della Commissione Europea ad un gruppo di studiosi provenienti dai vari Paesi membri.

La conclusione a cui il gruppo di esperti è giunto è la proposta di un passaggio graduale dalla Politica agricola comune ad una Politica agricola e rurale comune per l'Europa (CARPE).

Essi hanno tentato in tal modo di proporre una politica per l'agricoltura e per lo sviluppo rurale, che tenesse conto delle nuove tendenze della ruralità in Europa, le quali si riconducono al sistema agro-alimentare e alla multifunzionalità dell'agricoltura e, quindi, ad una visione prettamente qualitativa della stessa.

Partendo da questo punto di vista, ci si convinse che era necessario spingere l'Europa verso una politica rurale più integrata ed una maggiore apertura del mercato europeo sia al suo interno, sia verso l'esterno.

La proposta avanzata dal gruppo Buckwell consiste essenzialmente di quattro politiche:

1. <u>stabilizzazione del mercato (SM):</u> è una misura che va applicata allo scopo di correggere le fluttuazioni eccessive a cui il mercato, che abbassi le proprie barriere e che rimanga, quindi, senza protezioni, può andare incontro; tali fluttuazioni si traducono in prezzi molto alti o molto bassi, che penalizzano i consumatori, o i produttori rispettivamente. La politica è settoriale, cioè va applicata solo in caso di bisogno e sullo specifico mercato che necessita di intervento e sostegno;

2. <u>pagamenti per servizi ambientali, paesaggistici e culturali (PAPC):</u> questa politica si riconduce al riconoscimento della duplice capacità dell'agricoltura di produrre allo stesso tempo merci, che trovano una valorizzazione sul mercato, e altri beni e servizi, di interesse pubblico, che non passano per il mercato; aspetto che è tornato ad avere importanza solo ultimamente. La misura prevede

[7] Fonte: Buckwell A., Agenda 2000 and beyond: towards a new Common Agricultural and Rural Policy for Europe – CARPE, pubblicazioni dell'Associazione "Alessandro Bartola", studi e ricerche di economia e di politica agraria, n. 3 – giugno 1998.
Buckwell A., Blom J., Commins P., Hervieu B., Hofreither M., von Meyer H., Rabinowicz E., Sotte F., Sumpsi Vinas J.M., Verso una politica agricola e rurale comune per l'Europa (Summary del "Rapporto Bucwell"), pubblicazioni dell'Associazione "Alessandro Bartola", studi e ricerche di economia e di politica agraria, n. 2 – aprile 1998.

l'applicazione del "polluter pays principle" (il principio del "chi inquina paga"), anche in agricoltura, il rispetto di standard minimi per la salvaguardia dell'ambiente e del patrimonio rurale, la corresponsione di incentivi per l'applicazione di tecniche ad alto valore ambientale e di pagamenti per la fornitura di servizi ambientali in aree specifiche (aree protette) e parchi naturali;

3. incentivi allo sviluppo rurale (ISR): la misura è volta ad assicurare agli agricoltori una redditività alternativa, allo scopo di integrare i loro redditi attuali che, a causa della scarsa dotazione di risorse del settore, non possono competere con quelli di altre categorie. Le strade sono diverse: introdurre il part-time in agricoltura; fornire lavoro extra-agricolo nelle aree rurali per evitare l'emigrazione dalle zone rurali; valorizzare la produzione di qualità; risolvere il problema della piccola dimensione fondiaria che non premette di sfruttare appieno le potenzialità delle zone rurali e, quindi, di ottenere da esse la migliore redditività; integrare la produzione alimentare con l'offerta di servizi, anche non strettamente agricoli;

4. assistenza transitoria all'aggiustamento (ATA): la fase di transizione è necessaria, in quanto ogni cambiamento dovrebbe essere introdotto in modo graduale. Questo intervento è commisurato al tempo necessario agli agricoltori a riorientare la propria attività, per questo motivo, a differenza delle tre misure precedenti, che sono durevoli nel tempo, questa quarta misura è temporanea e regressiva nel tempo e, dunque, persisterà fino a che il sistema non sarà perfettamente adattato alla nuova politica.

Le proposte del Rapporto Buckwell, però, pur se tenute in considerazione dalla Commissione, alla fine sono rimaste da parte, perché nello stesso periodo, una serie di eventi paralleli hanno preso il sopravvento (Conferenza di Cork, Agenda 2000) e, sicuramente, anche perché la CARPE costituiva una scelta troppo coraggiosa anche se forse più equa, poiché si spingeva troppo avanti nelle riforme, sconvolgendo eccessivamente la situazione attuale del momento.

Essa, infatti, prevede interventi ancora più disaccoppiati e localizzati rispetto ad Agenda 2000, nel senso che va ad agire proprio nel luogo specifico nel quale se ne determina la necessità.

Inoltre essa riserva una percentuale maggiore del budget allo sviluppo rurale e tiene in maggiore considerazione la produzione mediterranea, la cui importanza è stata sicuramente rivalutata da Agenda 2000, ma in modo tutto sommato non consistente e quindi non ancora soddisfacente.

Alla fine, quindi, Agenda 2000 non modifica in maniera decisiva la PAC del '92, anche perché ciò che è stato approvato è il risultato di una serie di compromessi che hanno portato i Paesi membri ad un accordo; però nel lungo periodo non si riuscirà ad ottenere grandi risultati, anche se la fattibilità di breve della politica è sicuramente più elevata in Agenda 2000 che nella riforma Mac Sharry.

1.7. Sviluppo regionale e locale

Uno degli elementi che ha caratterizzato maggiormente il cambiamento di rotta iniziato con l'ultima riforma della PAC (Agenda 2000), è senz'altro il fatto che con essa si è puntato il dito in modo decisivo su uno sviluppo di tipo integrato e decentrato.

La dimensione regionale ha, infatti, attirato su di sé un'attenzione sempre maggiore, perché c'è stata una progressiva presa coscienza dell'importanza rivestita dall'identità locale delle popolazioni, dalla differenziazione, dalla specificità e dalla particolarità di ogni realtà locale per lo sviluppo umano e civile.

In altre parole, uno sviluppo basato sulla concentrazione delle attività economiche in aree sempre più urbanizzate e congestionate, che ha come conseguenza la profonda marginalizzazione delle aree periferiche ed isolate, non ha alcuna possibilità di futuro.

Uno sviluppo che, invece, sia sostenibile e durevole, non può essere indipendente da alcuni elementi come l'economia, il territorio, l'ambiente e la società, tra i quali deve instaurarsi un articolato sistema di interrelazioni.

La strategia individuata con la nuova PAC si concretizza in una tipologia di sviluppo a partire dal basso (il cosiddetto bottom-up approach, o approccio ascendente), che è basato su due elementi cruciali:

- regionalizzazione: partire dagli aspetti peculiari di ogni regione o area specifica per individuarne i problemi e impostare una strategia di intervento mirata, che punti a risolverli specificamente e che rispetti tali peculiarità, e non considerare una sola strategia di sviluppo come soluzione unica ed universale, da applicare a tutte le realtà locali;

- de-settorializzazione: evitare di applicare, come è stato fatto in passato, una politica agraria, isolata ed indipendente dalle altre politiche, dagli altri settori economici e dalle realtà locali e dirigersi, invece, verso la formulazione di politiche rurali integrate, che tengano conto delle particolarità e delle potenzialità del territorio e dei suoi abitanti, che siano quindi più flessibili e dinamiche.

Si tratta, in definitiva, di uno sviluppo integrato, nel quale la società, il territorio, l'ambiente, l'economia e le istituzioni (pubbliche e private) si combinano e si bilanciano perfettamente per dar luogo ad un fenomeno stabile, che si consolida nel lungo periodo: ogni territorio ha le proprie esigenze e le proprie particolarità, quindi, solo riferendosi ad esse, è possibile programmare uno sviluppo sostenibile e durevole.

Tali strategie di sviluppo devono anche poter contare su un forte appoggio a livello locale, cioè sul sostegno e sulla partecipazione e cooperazione di enti sia privati che pubblici, nonché sul coinvolgimento delle popolazioni locali, che devono attivarsi per mettere in luce i propri problemi e le proprie esigenze e, in generale, per migliorare le loro condizioni di vita. In questo contesto anche lo Stato ed il mercato si trovano a ricoprire nuovi ruoli, infatti non sono più in competizione tra loro, ma agiscono in un ambiente di cooperazione.

Tra tutte le parti deve, in sostanza, instaurarsi una serie di rapporti di collaborazione reciproca, che implichi lo scambio di informazioni, conoscenze ed esperienze e l'attuazione di azioni cooperative in genere.

L'agricoltura ha, in questo contesto, una possibilità ancora maggiore di affermare la centralità del suo ruolo e di riscattarsi dalla sua tradizionale situazione di marginalità e di isolamento, e lo può fare solo assumendo una veste multifunzionale.

1.7.1. I programmi LEADER

L'unica applicazione finora andata a buon fine di questo nuovo modello di sviluppo integrato, è stata quella dei programmi LEADER.

LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale) è un programma di Iniziativa Comunitaria, istituito con il Regolamento CEE n. 4253/88[8], il cui obiettivo è quello di indirizzare la popolazione rurale ad individuare un proprio sentiero di sviluppo, basato sulle proprie priorità economiche e sociali e determinato dalle proprie specifiche attitudini, nonché dalle peculiarità e potenzialità dell'ambiente che la circonda; così da arrivare all'elaborazione di una strategia coerente con le esigenze locali.

Solo mobilitando le popolazioni locali, cioè assicurando la partecipazione delle popolazioni alle attività di sviluppo, la promozione di iniziative private, il consolidamento della partnership locale, si può garantire uno sviluppo sostenibile e durevole. Non esiste, tuttavia, un metodo universale, poiché ogni realtà locale costituisce caso a sé, ma d'altra parte ciò che è indispensabile è conservare e sviluppare le peculiarità e le specialità regionali e mantenere la connessione tra popolazione e territorio.

Ogni realtà locale, in definitiva, deve diventare artefice del proprio sviluppo, ed in questo senso i programmi LEADER prevedono che ad ogni Stato membro spetti il compito dell'indirizzo e del coordinamento degli operatori locali, mentre a questi ultimi, che sono i Gruppi di Azione Locale (GAL) e, a partire dal LEADER II, anche gli Operatori Collettivi (OC), competano l'elaborazione e l'attuazione materiale dei progetti[9].

---

[8] Fino al 1988 non sono state messe a punto specifiche politiche territoriali e rurali, vi sono stati solo sporadici ed isolati interventi comunitari nel mondo rurale. La Commissione Europea vara in quell'anno un documento, chiamato Il futuro del mondo rurale, in cui sottolinea la necessità di una strategia basata sull'iniziativa locale, cioè sull'interazione con le popolazioni rurali, che sono le più idonee ad individuare i loro problemi; sulla diversificazione delle attività e delle tipologie di aree rurali; sull'animazione sociale per rafforzare i legami tra gli operatori locali e l'ambiente socio-economico e sull'offerta di servizi alle imprese. L'obiettivo era di ridurre il divario territoriale attraverso un approccio integrato e ciò si concretizza attraverso la Riforma dei fondi strutturali (Regolamento CEE n. 2052/88) e la nuova Riforma del 1993 (Regolamento CEE n. 2081/93).

[9] Gli operatori locali corrispondono ai beneficiari dei finanziamenti. I GAL, a differenza degli OC, devono obbligatoriamente essere costituiti sia da soggetti pubblici che privati (in forma mista) e devono elaborare una strategia di sviluppo integrata; gli OC, invece non devono per forza avere forma mista e possono elaborare programmi monosettoriali, purchè essi rientrino in una logica di sviluppo collettivo. Il progetto che tali organi devono elaborare si chiama Piano di Azione Locale (PAL), per un territorio rurale di dimensione locale, su cui cioè risieda un massimo di 100.000 abitanti. Il PAL, prima di essere finanziato e quindi attuato, deve ricevere l'approvazione della CE.
I piani selezionati vengono cofinanziati da UE, Stato membro in questione ed enti privati. Per quanto riguarda il finanziamento comunitario, i fondi comunitari interessati sono il FESR (Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale), il FSE (Fondo Sociale Europeo) ed il FEOGA – Orientamento (Fondo Europeo per l'Orientamento e la Garanzia per l'Agricoltura – sezione orientamento).

Il LEADER è stato concepito come una sorta di laboratorio dello sviluppo rurale, nel quale si producono e si sperimentano idee nuove, al fine di realizzare azioni innovative: ciò costituisce un principio di fondo del programma.

Un altro principio su cui si basa l'Iniziativa Comunitaria è quello del perfetto coordinamento tra gli operatori locali e tra i territori rurali, al fine di evitare sovrapposizioni e ripetizioni inutili e di favorire la trasferibilità delle esperienze, cioè lo scambio di know-how, di informazioni e conoscenze, nonché di aiuto e sostegno. Le esperienze devono, in sostanza, costituire azioni ripetibili, devono cioè poter essere applicate anche in altri contesti locali, o per lo meno, devono costituire un punto di riferimento.

A differenza di altri interventi strutturali, il LEADER rappresenta un esempio di politica "soft", una politica, cioè, basata su azioni per lo più di carattere immateriale e supportata da modeste risorse finanziarie[10]. Di conseguenza il suo successo dipende dalla capacità dei beneficiari di coinvolgere le popolazioni locali nei propri piani di sviluppo , di stimolare la loro partecipazione, per la nascita di nuove iniziative e per il potenziamento di quelle esistenti; nonché dal livello di condivisione dei progetti da parte di tutte le forze economiche e sociali del territorio, dal loro carattere innovativo e così via.

L'Iniziativa Comunitaria si è sviluppata attraverso tre programmi: LEADER I, LEADER II e LEADER+[11].

Le differenze tra i tre sono numerose, ma i cambiamenti sono stati fatti mantenendo sempre fissi gli elementi di base, che sono la produzione di azioni innovative sul territorio, il coinvolgimento degli attori locali, l'impostazione territoriale decentrata, integrata e fondata su un'azione a partire dal basso, la trasferibilità delle esperienze attraverso la costituzione di reti e la cooperazione e

comunicazione tra tutte le parti del contesto locale, oltre che delle stesse con le altre realtà locali del paese e anche a livello transnazionale.

Per il resto le modificazioni sono intervenute, nel senso che, mentre LEADER I ha dato inizio ad una nuova politica di sviluppo rurale, ad impostazione territoriale, integrata e partecipativa, LEADER II ha voluto proseguire e rafforzare l'Iniziativa Comunitaria, attribuendo una maggiore importanza allo spazio rurale, mettendo cioè a disposizione dei progetti una maggiore varietà di strumenti, anche finanziari e, contemporaneamente, ha enfatizzato l'aspetto innovativo dei progetti, cioè ha puntato all'individuazione di nuove forme di sviluppo, che stanno emergendo nelle aree rurali, attraverso le azioni innovative in ogni settore di attività del mondo rurale.

LEADER II ha inoltre voluto puntare sulla trasferibilità e quindi sulla possibilità di diffusione di queste esperienze a tutta la Comunità, compresi i territori non ricadenti nelle aree di applicazione del programma. Da ultimo si è

---

[10]Gli investimenti totali ammontano finora a 1.155 MECU per il LEADER I e 4.450 MECU per il LEADER II; mentre per il LEADER+ è stata stanziata una somma di 2.020 milioni di EURO (1 ECU = 1 EURO).

[11] I programmi si attuano nel medio-lungo periodo, con intervalli di circa cinque anni. I tempi di attuazione erano: 1989-1993 per il LEADER I e 1994-1999 per il LEADER II. L'Italia, però, avendo incontrato difficoltà di attuazione, ha richiesto ed ottenuto delle proroghe che hanno posticipato la data finale del LEADER I alla fine del 1996.

L'iniziativa comunitaria LEADER + è stata adottata dalla Commissione Europea il 14 aprile 2000, occasione in cui la stessa Commissione ha comunicato agli Stati membri gli orientamenti per il proseguimento dell'Iniziativa Comunitaria in materia di sviluppo rurale (LEADER +) per il periodo 2000-2006.

posto l'accento sulla cooperazione sia transnazionale, sia intra ed interterritoriale, al fine di rendere l'approccio sempre più integrato e ripetibile.

La principale finalità della nuova Iniziativa Comunitaria LEADER+ è, invece, di valorizzare il patrimonio naturale e culturale, potenziare le possibilità economiche locali al fine di contribuire a risolvere il problema della disoccupazione, creando nuovi posti di lavoro, migliorare la capacità organizzativa locale.

In tal senso assume un ruolo cruciale l'aspetto della cooperazione e del parternariato tra i vari operatori, sia a livello locale, quindi intraregionale, sia a livello interregionale, sia, infine, a livello transnazionale ed eventualmente anche con territori di Paesi terzi.

Fondamentale è, a questo scopo, anche il potenziamento del sistema delle reti, sia nazionale che europea[12]. Per il resto LEADER+ rimarrà comunque un laboratorio nel quale si sperimenteranno idee di sviluppo integrato e sostenibile, che andranno a potenziare ed integrare la politica di sviluppo rurale europea.

Con LEADER+ si allarga, tra l'altro, a tutti i territori rurali con determinate caratteristiche, la possibilità di redigere un progetto di sviluppo da presentare alla Commissione. Non si preclude, cioè, questa prerogativa alle sole aree (nel caso dell'Italia) dell'Obiettivo 1 e dell'Obiettivo 5b[13]; saranno poi i criteri a selezionare i progetti da finanziare.

Tabella 1: Il LEADER I e il LEADER II in Italia ed in Europa

	ITALIA		EUROPA	
	LEADER I	**LEADER II**	**LEADER I**	**LEADER II**
Popolazione interessata (Milioni di abitanti)	1.237.884	4.723.000	11.424.000	31.627.000
Superficie interessata (Kmq)	20.560	79.630	364.057	844.184
Investimenti totali (MECU)	194	795	1.155	4.450
Contributo UE (MECU)	81	325	442	1.780
% Contributo UE/ investimenti totali	42	41	38	40

Fonte: Inea su dati Aeidl, 1992, 1999.

[12] Per facilitare lo scambio di informazioni, esperienze e conoscenze tra gli attori locali in tutti gli Stati membri, oltre che per la valorizzazione e diffusione delle azioni realizzate dai GAL e OC, con LEADER II sono stati creati l'Osservatorio Europeo dell'Innovazione e dello sviluppo rurale, e le unità nazionali di animazione. In Italia è stata creata la Rete nazionale per lo sviluppo rurale, che è collegata all'Osservatorio Europeo e deve garantire un'azione di animazione e diffusione delle informazioni nelle aree rurali italiane.

[13] Con il Regolamento CEE n. 2081/93 vengono individuati cinque obiettivi sui quali concentrare gli interventi comunitari:

- obiettivo 1: sviluppo ed adeguamento delle regioni in ritardo di sviluppo;
- obiettivo 2: riconversione delle regioni, o della parte di regioni gravemente colpite da declino industriale;
- obiettivo 3: lotta contro la disoccupazione di lunga durata e facilitazione dell'inserimento professionale dei giovani;
- obiettivo 4: adattamento dei lavoratori ai mutamenti industriali;
- obiettivo 5, suddiviso in:
  - obiettivo 5a: promozione dello sviluppo rurale attraverso l'accelerazione dell'adeguamento delle strutture agrarie;
  - obiettivo 5b: sviluppo ed adeguamento strutturale delle zone rurali.

Nel nostro Paese i programmi LEADER rappresentano la prima iniziativa di sviluppo di tipo ascendente ed hanno riscosso un buon successo, anche se la loro attuazione non è stata priva di difficoltà.

Gli operatori locali sul territorio nazionale sono 204, divisi in 192 GAL e 12 OC[14], distribuiti tra le 20 regioni, comprese le due province autonome di Trento e Bolzano.

Per quanto riguarda la regione Marche, a tutt'oggi sono presenti sei GAL[15] (e nessun OC) che, seppure in termini lunghi, sono autori di molteplici progetti, tra i quali emergono la creazione di una rete di "bed and breakfast", l'introduzione di nuovi metodi di lavorazione e di utilizzo di tecnologie "pulite", il riutilizzo di sottoprodotti della lavorazione delle piccole imprese e dell'artigianato, la produzione di energia alternativa da biomasse.

Inoltre sono previsti progetti di scambio di know-how per la creazione di imprese in ambiente rurale e per l'animazione economica, nonché progetti di intervento per lo sviluppo delle relazioni economiche e commerciali.

I programmi sono da attuarsi nelle aree dell'obiettivo 5b e sono finanziati per un totale di quasi 45 milioni di ECU, di cui il 23% proviene dall'UE, il 29% dallo Stato e il resto (48%) da privati.

1.8. Dove va l'agricoltura europea?

Il mondo rurale si evolve e si trasforma continuamente ed in maniera sempre più veloce: per questo, continue riforme e revisioni della PAC sono necessarie a mantenere il passo con i tempi e per rispondere sempre in modo puntuale alle necessità dei consumatori e di chi fa parte del mondo rurale.

Molti passi avanti sono stati fatti rispetto a quando la PAC è nata, con la priorità dell'approvvigionamento alimentare; i suoi obiettivi, però oggi sono cambiati e la riforma Mac Sharry prima e, oggi, Agenda 2000 hanno cercato, e cercano tuttora, di conseguirli.

Alla riforma del 1992 va senz'altro il merito di aver introdotto il disaccoppiamento delle misure di accompagnamento, di aver dato maggiore flessibilità alla politica, di averla semplificata, anche attraverso il decentramento dei compiti e delle responsabilità, oltre che a livello giuridico e burocratico, per renderla più comprensibile a tutti.

Agenda 2000 prosegue sulla strada tracciata dalla riforma precedente, insistendo specialmente sugli aspetti da questa meno toccati; oltretutto, i principi fondamentali su cui poggia questa nuova riforma, ricalcano i tratti salienti del modello agricolo europeo, che Agenda 2000 vuole preservare e sviluppare. Dunque, s'intende puntare su un'agricoltura competitiva a livello mondiale, sulla produzione di qualità, sull'applicazione di metodi produttivi sani e rispettosi dell'ambiente, su un'agricoltura multifunzionale e capace di mantenere vive ed attive le comunità rurali, oltre che di generare occupazione e su una politica agricola più semplice e più flessibile.

Oltre a ciò, essa si prefigge di prestare una maggiore attenzione alla produzione mediterranea, rispetto a quella che gli era stata riservata nel '92,

---

[14] GAL/OC censiti al 15.09.1999.

[15] I GAL delle Marche sono: GAL Montefeltro, GAL Flaminia – Cesano, GAL Colli Esini San Vicino, GAL Piceno, GAL Stella dei Sibillini, GAL Sibillini Marche.

anche se molto fa pensare che viviamo ancora in un'Europa troppo continentale e troppo poco mediterranea. Anche su altre questioni, però, si ritiene che ci sia ancora molto da fare.

Malgrado le intenzioni di partenza, quindi, anche con Agenda 2000 non si riesce ad attuare perfettamente quelle modifiche che si rivelerebbero ottimali per il mondo rurale europeo; peraltro proposte di riforme più incisive sono state fatte, ad esempio attraverso la CARPE, ma è sempre difficile, se non impossibile, mettere d'accordo tutti su scelte troppo rivoluzionarie, si preferisce di solito andare avanti per gradi, anche se soluzioni più efficaci significherebbero un'abbreviazione dei tempi e risultati più consistenti.

CAPITOLO 2
VERSO UNA NUOVA AGRICOLTURA

2.1. Ridefinizione di un mestiere

La realizzazione di prodotti agricoli tradizionali non garantisce più, oggi, un reddito soddisfacente alle piccole imprese agricole; dunque esse hanno due possibilità: ampliare le dimensioni aziendali, così da raggiungere le condizioni minime di efficienza tecnico – economica, che le rende potenzialmente competitive sul mercato, oppure trovare occasioni di reddito alternative ed integrative, producendo anche servizi spesso connessi con le caratteristiche del territorio su cui operano[16].

L'agricoltore di oggi, diverso da quello tradizionale, è chiamato, quindi, ad esercitare altre funzioni ed altri servizi, tanto che non si può più parlare solo di agricoltore, ma è più corretto definirlo imprenditore agricolo, o agricoltore professionale, o agricoltore multifunzionale.

La **multifunzionalità** si riconduce al fatto che oggi in agricoltura non basta più soltanto la produzione di "commodities", ma si pretende la sua versatilità. Con ciò s'intendono la realizzazione e l'offerta di prodotti e servizi, che siano legati alla produzione di beni alimentari, e quindi una serie di attività da svolgersi all'interno dell'impresa agricola e che contribuiscono allo sviluppo della stessa.

Quella dell'agricoltore moderno diventa insomma una vera e propria attività professionale, un mestiere complesso che comprende molteplici aspetti, al fine di soddisfare i bisogni e le richieste dei consumatori, che si traducono sempre di più nella ricerca della qualità dei prodotti, nella sicurezza alimentare in senso qualitativo, nella richiesta di servizi al mondo rurale, che vanno dalla riproposizione di tradizioni e valori antichi, allo svago e relax, al reinserimento nella società di persone socialmente emarginate e persone con handicap fisici e/o mentali.

C'è bisogno quindi di ridefinire il mestiere di agricoltore: l'attività che egli è oggi chiamato a svolgere è complessa ed articolata, perché si sviluppa in molteplici direzioni, che si affiancano alla produzione di "commodities": l'imprenditore agricolo multifunzionale è chiamato innanzitutto a rinnovare ed ammodernare le sue funzioni tradizionali, come la stessa produzione alimentare, attraverso la realizzazione di prodotti di qualità; la trasformazione agro-alimentare e la commercializzazione, tramite la ricerca e la messa a punto di nuove forme di vendita, anche alla luce delle odierne necessità di associazione, cooperazione ed integrazione dell'agricoltura; inoltre ha l'opportunità di svolgere funzioni nuove, come la realizzazione di prodotti dell'artigianato tipico; può offrire anche servizi legati al turismo, svago, intrattenimento, ristorazione, sport e tempo libero in genere: tutte le nuove esigenze, cioè, che la società richiede.

---

[16] È forse opportuno chiarire che nessun agricoltore è costretto a cambiare direzione, o modo di produzione, o altro, ma, vista la continua tendenza degli aiuti a diminuire, chi continuerà ad esercitare un'attività agricola tradizionale, avrà minori possibilità di essere sovvenzionato.

Ma egli può ricoprire anche ulteriori ruoli: tutelare e valorizzare l'ambiente, essere manutentore del paesaggio e del territorio; servizi che egli svolgeva tradizionalmente e di cui oggi è stata rivalutata l'importanza.

Infine gli sono richiesti servizi educativi e culturali, oltre che di riabilitazione, cura del disagio, dell'handicap, della devianza e di altri fenomeni come la tossicodipendenza e la delinquenza minorile e quindi servizi sanitari; nessuno di questi servizi è, però, remunerato dal mercato.

Non è raro vedere, relativamente ai servizi educativi e culturali, ad esempio negli agriturismi, o nei borghi rurali delle nostre campagne, la rappresentazione di scene di vita contadina e rurale del luogo, attraverso canti, balli e musiche, proposti nel dialetto della zona, che sono in grado di ricreare un clima ed un'atmosfera familiari e di riportare alla luce una cultura e determinati valori.

Educazione e cultura, però, significano anche far conoscere, ad un numero di persone più vasto possibile, la realtà e la cultura rurali, trasmettendo e cercando di far percepire loro questi valori così importanti, creando dei punti di contatto con le persone che solitamente vivono al di fuori della realtà rurale. Esempi, in questo senso, sono le visite alle aziende rurali e le esperienze di lavoro e vita contadina proposte dalle stesse aziende agricole ai ragazzi delle scuole e anche agli abitanti delle zone urbane che vanno, nel tempo libero, a rifocillarsi in campagna.

L'importanza dei servizi riabilitativi e terapeutici sta negli effetti benefici che l'agricoltura produce sulle condizioni di salute di persone con problemi a livello sia fisico, sia mentale, cioè nei vantaggi comportati dalla vita all'aria aperta, da un ambiente sano, lontano dal caos e dall'inquinamento, dal contatto con la natura e con gli animali, dalla tranquillità, dalla possibilità di nutrirsi con cibi sani e freschi, ecc.

L'agricoltura offre anche la possibilità di curare queste persone e poi di reinserirle nella società, attraverso il lavoro nelle campagne, che dà loro l'opportunità di entrare in contatto e con persone, fatti, eventi e problemi e, quindi, di cimentarsi con questa realtà.

Si profila, dunque, un modo diverso di svolgere il mestiere di agricoltore, esso diventa, infatti, un mestiere di sintesi , per cui l'agricoltore di domani non sarà più solo un imprenditore, o solo un coltivatore, o solo un tecnico, o solo un animatore, ma probabilmente tutto questo insieme.

Nel seguito del capitolo l'intento è quello di illustrare il concetto della multifunzionalità attraverso un'esposizione analitica di tutte le sue sfaccettature: si considera quindi tale concetto come un elemento complesso, costituito cioè da più elementi semplici, che ne determinano, però, al contempo anche la sua esistenza. Tali elementi sono dunque, in questo contesto, sia le cause determinanti, sia i fattori costitutivi della multifunzionalità, o, se si vuole, costituiscono punti di vista differenti della stessa.

2.2. La multisettorialità

L'apertura del mondo rurale agli altri settori dell'economia, l'interagire del settore agricolo con le realtà industriale e dei servizi, ne definiscono il suo nuovo ruolo nella società e gli attribuiscono funzioni diverse dal passato: ruolo e funzioni che non sono più quelli dell'isolamento e dell'emarginazione, della

povertà e della sussistenza, ma quelli di una realtà perfettamente integrata e coordinata con gli altri settori economici.

Considerando da un punto di vista diverso la multifunzionalità, si può affermare che l'agricoltura oggi è chiamata a produrre non più soltanto beni materiali, alimentari, commerciali, ma anche immateriali, non alimentari, non commerciali.

Peraltro anche la produzione tradizionale di beni alimentari e materiali, così come la loro commercializzazione, vanno riviste ed ammodernate, nel senso, di cui si è già parlato, della qualità, che non è più sufficiente che si trovi solo nel prodotto, ma è necessaria anche nel processo produttivo, nelle tecniche usate e così via. In effetti essa diventa un fattore sempre più importante e all'ordine del giorno nelle richieste dei consumatori.

Le produzioni non alimentari costituiscono una innovazione di grande portata per il mondo agricolo, perché permettono allo stesso di integrarsi con il secondo settore dell'economia, cioè l'industria. Ne sono esempi la produzione dell'etanolo e dell'olio di colza, così come le biomasse, per ottenere energia pulita; il lino, che può sostituire la fibra di amianto; l'amido, per realizzare nuove materie plastiche biodegradabili; il girasole industriale, per il biodiesel; nonché gli elementi di base per le industrie di sintesi, tessili e farmaceutiche.

I beni immateriali costituiscono una categoria che assume sempre più importanza nelle richieste dei consumatori, tramite la quale l'agricoltura interagisce e comunica con il settore dei servizi.

Questa categoria è formata da due elementi:

Il primo si può definire **"Agricultura"** ed ha a che fare con la cultura, le tradizioni, le usanze ed i valori antichi, la gastronomia tipica, il turismo, la sanità e l'istruzione.

In quanto associata ad una situazione di benessere, la domanda di tale tipo di prodotti e servizi sarà sempre meno marginale e secondaria, poiché significa svago, relax, attività ricreativa per gli abitanti delle zone urbane, che ricercano gli spazi aperti, il ritorno alla tradizione e il contatto con la natura e con l'ambiente.

Dal momento che la popolazione urbanizzata aumenta, il mondo rurale è sempre più lontano da essa e questo rappresenta una grave perdita a livello culturale, cui però, un'agricoltura concepita in modo multifunzionale è in grado di sopperire. E' necessario quindi che, laddove la scuola o la famiglia non sono più sufficienti, gli agricoltori diano il loro contributo a riportare a galla il valore di una cultura e di una conoscenza che altrimenti potrebbero andar perse.

Il secondo aspetto da considerare è l'**ambiente**: nel secondo dopoguerra c'è stato uno sfruttamento dell'agricoltura tale, che si è arrivati perfino a renderla indipendente dal territorio, le colture e gli allevamenti erano privati del contatto con il terreno e conseguentemente della loro natura, così come gli agricoltori della loro "missione" di tutela del paesaggio e dell'ambiente. Non per niente l'agricoltura è stata imputata quale maggiore responsabile del degrado ambientale e del dissesto del territorio.

La natura, l'ambiente, il territorio, l'acqua, il paesaggio ed il loro delicato equilibrio sono importanti e, come tali, vanno valorizzati; ma solo più tardi ci si è resi conto di questo: l'utilizzo del territorio va dunque programmato nel lungo periodo, tenendo conto dell'importanza della conservazione della biodiversità, sia animale, sia vegetale, per rispettare il suo equilibrio e per mantenere la sua massima vitalità e le sue migliori potenzialità.

Si tratta, in altri termini, di progettare un'agricoltura ed uno sviluppo sostenibili, ridefinendo il valore della terra, non solo come fattore di produzione, ma anche come contenitore di valori biologici, sociali e culturali, nonché come fonte di biodiversità e di equilibrio idrogeologico.

2.3. Il problema economico

Da un punto di vista economico, quell'insieme di attività che l'agricoltore professionale svolge e che non passa per il mercato, dovrà essere remunerata in altro modo. È necessario quindi rinnovare il rapporto tra l'agricoltore ed i poteri pubblici, evitando così l'insorgere di un'agricoltura debole ed emarginata, ed assicurando, invece, che essa si integri perfettamente con gli altri settori dell'economia, oltre che nella società.

L'ideale sarebbe offrire la possibilità di stipulare un contratto specifico tra ogni agricoltore ed i pubblici poteri, in modo che siano stabiliti precisi diritti e doveri, per di più personalizzati, in base al contributo che ognuno rende, tramite la propria attività e i propri metodi, alla salvaguardia dell'ambiente e alla manutenzione del territorio e del paesaggio e quindi alla loro valorizzazione.

In questo modo l'agricoltura multifunzionale, a differenza di quella tradizionale, non è più emarginata ed isolata, ma, al contrario, si integra con gli altri settori ed anche con il settore pubblico, attraverso i rapporti con gli enti pubblici.

Inoltre il mondo rurale, che non è più indice di povertà ed isolamento, diventa un tutt'uno con quello urbano e, allo stesso modo, la città diventa contigua alla campagna; infatti cresce sempre di più il livello di interdipendenza ed integrazione di tali realtà tra di esse, e delle stesse con lo Stato e con il mercato.

2.4. I parchi e le aree protette: luoghi privilegiati per l'applicazione del modello di agricoltura multifunzionale[17]

La presenza dei fattori "cultura" ed "ambiente" in ambito rurale, diventa particolarmente importante nei parchi e nelle zone protette: al contrario di quanto comunemente si crede, queste non sono aree passive ed intoccabili per il fatto di essere protette, ma hanno, invece, un ruolo fortemente attivo e quindi fondamentale per l'economia e la valorizzazione del territorio.

Il parco è, infatti, un territorio in cui comunque si svolge l'attività agricola, oltre ad ulteriori attività, ed è importante che tutte vi siano; anche se ci si deve attenere a regole particolarmente restrittive sull'uso di prodotti chimici su animali e colture, sul metodo di lavorazione dei terreni e di allevamento dei capi di bestiame, sui tipi di piante da coltivare e così via.

Nelle aree protette si punta infatti a generare dei "territori di qualità", mettendo in atto delle azioni di preservazione del paesaggio e delle risorse

[17] In questo paragrafo si parla indistintamente di parchi e di aree protette, anche se il loro significato è in realtà diverso, nel senso che le seconde costituiscono un concetto più ampio, che comprende i primi: i parchi, quindi, non sono altro che una tipologia di area protetta.

naturali, di produzione agroalimentare diversificata e di qualità, di riscoperta e mantenimento di modi d'uso del suolo e di mestieri, ecc.

I territori protetti risultano più sensibili all'evolversi delle economie e dei modi di produzione, innanzitutto per ragioni di tutela della biodiversità, dell'ecocompatibilità e così via, ma anche perché in essi è ancora più sentito l'obiettivo del mantenimento di un prefissato livello di qualità, allo scopo di invertire la tendenza all'omogeneizzazione dei modelli di produzione e di utilizzazione del territorio.

In effetti i parchi sono aree particolarmente fragili, anche perché l'azione incontrollata dell'uomo e le tecniche agricole applicate in passato ne hanno fortemente perturbato l'equilibrio, banalizzando il paesaggio, appiattendo le diversità e cancellandone l'identità, date dal patrimonio naturale, sociale, culturale, ecc., devitalizzando in tal modo il mondo rurale.

Tutte le zone protette, pur se diverse come collocazione, caratteristiche fisiche, geografiche, geo-morfologiche, culturali, ecc., hanno in comune il fatto che in ciascuna di esse si instaura uno stretto rapporto fra attività umana e territorio. Ciò ha comportato una maggiore attenzione verso la preservazione delle risorse naturali, la biodiversità, la diversificazione culturale e paesaggistica, la produzione di qualità, grazie all'attuazione di sistemi economici originali e diversificati.

All'origine del raggiungimento di questi obiettivi c'è la necessità di compiere tutta una serie di azioni innovative, dirette a promuovere l'equilibrio tra agricoltura ed ambiente, la qualità e la diversità di produzioni e mestieri, le politiche di preservazione dell'ambiente, a valorizzare le risorse turistiche locali e le caratteristiche storiche e culturali e, ultimo, ma non meno importante, la multifunzionalità dell'agricoltura, nel senso di gestione dell'ambiente e dei territori rurali, della produzione, dell'accoglienza del pubblico e così via.

In questo modo i parchi possono diventare dei centri di monitoraggio e di diagnosi del territorio, permettendo di evidenziare le mancanze, i difetti, in maniera che gli interventi possano essere il più possibile tempestivi.

Essi inoltre costituiscono territorio privilegiato per l'animazione, per l'attuazione di progetti territoriali, per sviluppare forme di collaborazione e partenariato con le organizzazioni agricole, il che è fondamentale per la "in-formazione" degli agricoltori, in materia di diffusione di metodi di produzione rispettosi dell'ambiente e di diversificazione delle loro attività. Questi luoghi si rivelano fondamentali anche per l'attività didattica, rivolta a tutta la popolazione, a cominciare dalle scuole, al fine di formare una generazione più attenta alle questioni ambientali e alla salute umana; nonché per la promozione di forme di turismo particolarmente rispettose della natura, come i cosiddetti "turismo rurale" e "turismo verde".

I parchi sono dunque un luogo interattivo, in cui, fra le altre attività, si svolgono anche tutte quelle proprie dell'agricoltura multifunzionale, seguendo però regole particolari, finalizzate alla conservazione dell'ambiente: essi forniscono dunque prodotti e servizi che, per tale motivo, sono anche di particolare pregio.

I parchi sono, in ultima analisi, un luogo in cui la multifunzionalità può essere considerata ed applicata in tutte le sue versioni e sfaccettature. Su questi territori la natura segue il suo ciclo vitale naturale, in quanto gli interventi dell'uomo non interferiscono nel suo processo di rigenerazione, anzi, al contrario, ogni attività è svolta nell'ottica del mantenimento dell'equilibrio ambientale e

lascia il tempo alla natura di rigenerare le risorse che le sono state estratte: si mette in atto così un processo di sviluppo duraturo e quindi sostenibile, che è poi l'obiettivo prioritario delle zone protette.

2.4.1. Per un'agricoltura sostenibile

Il concetto di sostenibilità è essenziale nell'ambito della multifunzionalità, tanto che è stata individuata come una delle caratteristiche principali nel nuovo modello di agricoltura europea[18].

Prima di parlare di agricoltura sostenibile, però, è necessario definire cosa siano la sostenibilità e lo sviluppo sostenibile.

Alla definizione di questo concetto si arriva solo alla fine degli anni '80, dopo una lunga parentesi di quasi due decenni, durante i quali l'interesse e la sensibilità verso i problemi ambientali e la necessità di conservazione della natura si acuiscono progressivamente.

Con l'attuazione di uno sviluppo sostenibile è innanzitutto necessario azionare un cambiamento dei rapporti tra l'uomo e l'ambiente, al fine di evitare l'esaurimento delle risorse naturali come conseguenza di un utilizzo sconsiderato delle stesse.

Nel 1987 la Brundtland Commission[19], che aveva avuto l'incarico dalle Nazioni Unite di proporre politiche atte ad affrontare i problemi della povertà, del sottosviluppo e del degrado ambientale, definisce lo sviluppo sostenibile come "uno sviluppo in grado di soddisfare i bisogni della generazione presente, senza compromettere le legittime aspirazioni delle generazioni future di soddisfare i loro bisogni di risorse ambientali".

In altri termini, ad ogni generazione non può essere negata la facoltà di utilizzare le risorse naturali per soddisfare i propri bisogni e massimizzare il proprio benessere, sta quindi alla generazione presente fare in modo che le risorse siano sufficienti, e/o si rigenerino in maniera adeguata per le generazioni future.

A tal fine si rende necessario:

- determinare delle politiche di lungo periodo che stabiliscano i modi ed i tempi d'uso delle risorse naturali e la loro conservazione e rigenerazione;

- stabilire una equa distribuzione dei valori delle risorse naturali tra generazione presente e generazioni future;

---

[18] Il Consiglio "Agricoltura" dell'Unione Europea sottolinea l'importanza di preservare e sviluppare il modello agricolo europeo e afferma che "L'agricoltura europea, in quanto settore economico, deve essere multifunzionale, sostenibile, competitiva e presente su tutto il territorio europeo, comprese le regioni con problemi specifici. Essa deve essere capace di salvaguardare il paesaggio, mantenere lo spazio naturale e apportare un contributo essenziale alla vitalità del mondo rurale. Deve altresì rispondere alle preoccupazioni ed alle esigenze dei consumatori in fatto di qualità e sicurezza dei prodotti alimentari, di protezione dell'ambiente e di difesa del benessere degli animali".

[19] La Brundtland Commission è la Commissione Mondiale per lo Sviluppo e l'Ambiente (dalla sigla inglese WCED: World Commission for Environment and Development).

- creare un rapporto equilibrato e dinamico tra sistemi sociali ed ambiente.

Sulla scia di queste affermazioni, già nel 1992 con la riforma McSharry, furono stabilite delle misure di accompagnamento della Politica agricola comune, per la difesa dell'ambiente: fu infatti varato il Regolamento CEE 2078/92, che istituì un sistema di contributi economici per le aziende agricole che avessero adottato metodi di produzione compatibili con le norme di protezione ambientale e di cura dello spazio naturale.

Il Reg. 2078/92 costituisce il primo esempio di regolamentazione europea a favore della promozione di metodi di gestione aziendale a fini ambientali.

Negli anni a venire, in ambito di riforma della PAC, con Agenda 2000, si ribadisce la necessità di migliorare il rapporto tra agricoltura ed ambiente e di salvaguardia del patrimonio naturale. La CE adotta a questo proposito un nuovo modello di Politica agricola comune, nel quale si sottolinea, innanzitutto, il ruolo fondamentale dell'agricoltura per l'ambiente e si individua una serie integrata di interventi sull'ambiente: la protezione delle risorse idriche, la promozione dell'agricoltura sostenibile, la riduzione delle sostanze chimiche, la tutela della biodiversità e la conservazione e salvaguardia del paesaggio.

L'agricoltura sostenibile, secondo la definizione data dall'OCSE[20] e comunemente accettata, si riconduce all'espletamento di una serie di attività agricole che devono essere svolte nel rispetto di alcuni principi:

1. <u>sostenibilità delle risorse</u>: tale forma di agricoltura deve innanzitutto basarsi sulla ricerca e sull'utilizzo di risorse naturali rinnovabili, delle quali va fatto un uso consapevole e ponderato, per garantirne la rigenerazione. Ciò significa evitare il consumo di fonti non rinnovabili, dirigendosi verso materie prime e fonti di energia alternative;

2. <u>sostenibilità per la salute dell'uomo</u>: l'agricoltura deve essere in grado di dare garanzie di carattere igienico – sanitario ai consumatori e quindi alla collettività in genere, nonché adeguate condizioni di sicurezza agli operatori del mondo rurale. Ciò comporta l'offerta di garanzie di tutela della salute, la presenza di servizi sociali adeguati, opportunità di lavoro e, in generale, un livello soddisfacente di qualità della vita, al fine di mantenere vitale il mondo rurale ed evitarne il degrado;

3. <u>sostenibilità economica</u>: perché tale attività abbia un futuro è necessario che garantisca innanzitutto all'agricoltore un adeguato standard di vita e, quindi, un reddito soddisfacente. Visto che la pratica di quest'attività richiede notevoli sforzi economici agli agricoltori, occorre che essa sia favorita con una serie di incentivi (ad esempio il sostegno ai giovani agricoltori). D'altra parte anche la collettività in generale deve poterne ricavare una certa utilità, in termini di benessere e di qualità della vita.

[20] OCSE: Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico.

Perché il nuovo modello di agricoltura europea ed, in specie, la sostenibilità applicata all'agricoltura, diventi una pratica consolidata, è necessaria una continua attività di informazione e valorizzazione dei prodotti ottenuti dall'applicazione di metodi produttivi previsti dal Regolamento CEE 2078/92 e, dall'altra parte, la disponibilità degli operatori ad informarsi e ad accogliere questa nuova forma di agricoltura.

2.4.2. Due realtà a confronto

Può essere illustrativo, a questo punto, citare qualche caso: ho preso come esempi il Parco Agricolo Sud Milano ed il Parco Regionale del Conero.

Le motivazioni che mi hanno spinto a questa scelta sono varie: innanzitutto i due parchi hanno in comune la loro posizione a ridosso della città e quindi costituiscono un'area di respiro di zone fortemente urbanizzate ed industrializzate. Ovviamente la realtà milanese è ben più vasta, quindi diversa da quella anconetana, ma la somiglianza delle due situazioni, sotto il punto di vista della localizzazione, mi è parsa, ad ogni modo, un buon punto di paragone. Oltretutto il parco milanese ha colto la mia attenzione, in quanto punta sull'aspetto agricolo, anche nel nome; mentre il Parco del Conero, essendo una realtà marchigiana, è da tenere in considerazione, in quanto ci riguarda da vicino.

2.4.3. Il Parco Agricolo Sud Milano

Il Parco Agricolo Sud Milano[21], si estende a sud della città e comprende 63 comuni, congiungendosi con il Parco del Ticino (ad Ovest) e con il Parco dell'Adda (ad Est).

Tale parco costituisce il tentativo di ricreare, ai bordi della città, un luogo di salvaguardia degli ambienti naturali, delle colture, dei boschi e degli animali, e di valorizzare il patrimonio storico, architettonico, recuperare l'ambiente ed il paesaggio nelle aree degradate. L'obiettivo è anche quello di informare guidare gli utenti ad un uso rispettoso e consapevole delle risorse naturali e rurali.

Forte è, inoltre, la sua caratterizzazione agricola e rurale (da cui appunto il nome di parco agricolo): vi sono campi coltivati, alberi, corsi d'acqua naturali e canali artificiali, nonché una rete stradale agricola.

I terreni sono impegnati con le colture tipiche italiane e della zona, come mais, grano, riso e così via e sono contornati da filari di alberi che ne definiscono i confini.

Su tutto il territorio c'è una forte presenza di cascine e nuclei rurali, molte delle quali sono di interesse storico ed architettonico, in quanto hanno, in genere, origine feudale, monastica o privata, a testimonianza di una presenza agricola consistente nel passato di queste aree, costituita di comunità isolate. Proprio per questo uno dei progetti principali del parco punta sul recupero di tali costruzioni, così da poter essere in grado di riproporre, tra tali edifici, una serie di itinerari storici, culturali e paesaggistici.

L'altro progetto riguarda il fatto che tutta l'area del parco è di elevato interesse ambientale, poiché comprende realtà come zone umide, boschi,

[21] Ente Gestore del Parco Agricolo Sud Milano – Uffici: viale Piceno, 60 – 20129 Milano – tel. 02.77403268/77403264-Fax 02.77403272.

fontanili e riserve naturali, alle quali è riservata una salvaguardia prioritaria, al fine di proteggerne la flora e la fauna e di mantenerne l'equilibrio.

Un ulteriore progetto riguarda l'ampliamento e la riqualificazione delle aree per il tempo libero, attraverso la creazione di attività di svago, come la pesca sportiva, l'equitazione, lo sport in genere, le visite guidate, i percorsi ciclo-pedonali e così via.

2.4.4. Il Parco Regionale del Conero

Il Parco Regionale del Conero[22] costituisce un esempio di multifunzionalità, in quanto esistono dei progetti, già attuati, o meno, che riguardano iniziative ed attività originali: nuovi prodotti e metodi produttivi a basso impatto ambientale, attività ricreative, centri di cura, e così via[23].

Queste idee hanno l'obiettivo di migliorare il livello di fruizione del parco stesso non tanto nell'area costiera, già peraltro abbondantemente sfruttata dal turismo balneare, quanto per il rilancio dell'area interna e delle sue potenzialità, che finora sono state scarsamente valorizzate.

Ciò comporta l'applicazione di nuovi modelli agricoli, che richiedono l'integrazione di diverse funzioni; ma del resto un rinnovamento rurale si rende sempre più necessario e fortunatamente ciò è recepito dalle comunità rurali, le quali lo ritengono un elemento positivo per il loro sviluppo, per la generazione di nuove opportunità di lavoro e di nuove forme di reddito; nella popolazione rurale cresce, oltretutto, anche la convinzione della necessità di preservare la natura e l'ambiente.

Le idee innovative sono tante e riguardano la realizzazione di una "bottega del parco", nella quale si possano trovare tutti i prodotti tipici realizzati dalle aziende agricole del parco, che sia coordinata con i punti vendita delle aziende stesse, in maniera tale che si venga a creare anche una cooperazione tra di esse.

Si vuole puntare sulla valorizzazione delle produzioni tipiche del luogo, quali il miele, differenziandone i tipi e migliorandone la qualità; aprire un farm café; creare un parco giochi, cioè un luogo ricreativo, formativo e di interazione tra città e campagna, e quindi un luogo che sia anche di promozione dell'educazione ambientale ed alimentare, attraverso la partecipazione diretta della popolazione; creare un'azienda museo, per riportare alla luce immagini del passato; ridefinire la rete di piste ciclabili e pedonali; migliorare il trasporto pubblico per collegare il parco alla città in maniera ottimale; organizzare giornate culinarie durante le quali, percorrendo un tour tra le aziende, si gustino i piatti tipici locali.

Ulteriori iniziative puntano a diversificare la produzione attraverso la coltivazione di piccoli frutti o la riscoperta di antiche varietà di frutta abbandonate; la produzione di sementi biologiche, di piante officinali, di cereali minori, per diminuire la nostra dipendenza dall'estero; la produzione di leguminose come ceci, lenticchia, ecc.

L'installazione di un laboratorio del pane permetterebbe di riassaporare un gusto antico perso nel tempo e nella tecnologia; la coltivazione di fiori tipici e la loro essiccazione per farne delle composizioni ornamentali è sicuramente un'attività innovativa da tenere in considerazione.

---

[22] Ente Parco del Conero: via Peschiera, 30 Sirolo (An) – tel. 071.9331879.

[23] Tutti i progetti realizzati, in corso di realizzazione, o da realizzare sono contenuti nel Piano Pluriennale Economico e Sociale del Parco Regionale del Conero, in corso di pubblicazione.

Nel settore zootecnico si mira ad una produzione di carne biologica e all'allevamento di animali da cortile allo stato brado.

L'idea è anche di allestire un laboratorio musicale per ascoltare concerti, seminari, ecc.; nonché un centro fitness, un centro di informazione, organizzazione visite, escursioni, divulgazione turistica; giornate di picking-up. Ma anche una scuola – fattoria per creare un rapporto tra scuola, ambiente e campagna, conoscere il mondo rurale ed affrontarne le problematiche.

Sono previste infine forme di aiuto ed assistenza per i portatori di handicap e per il recupero e la riabilitazione della delinquenza minorile.

2.5. Le fattorie didattiche: un importante caso di multifunzionalità

Le fattorie didattiche costituiscono un'ulteriore applicazione del modello multifunzionale dell'agricoltura, più specificamente rivolto ai bambini ed ai ragazzi delle scuole: l'obiettivo, prettamente educativo, è quello di formare una generazione attenta alle questioni ambientali e che conosca il mondo rurale.

Far entrare i bambini in fattoria significa avvicinarli al mondo rurale, stimolare la loro curiosità ed il loro spirito critico, far conoscere loro, e quindi apprezzare, l'origine ed il valore dei prodotti che consumano, a cominciare da quelli alimentari, far scoprire loro l'importanza sociale ed economica di un mestiere che spesso rimane in disparte, probabilmente perché ancora, a tutt'oggi, il settore non ha sviluppato un sufficiente livello di comunicazione rivolta al consumatore, sui nuovi metodi produttivi ed, in generale, sulle caratteristiche di un mestiere completamente rinnovato.

I giovani, in particolare, rischiano di perdere il contatto con il territorio e l'ambiente, e quindi con cultura di determinati luoghi: per questo motivo è importante rinsaldare certi legami[24].

Lo svolgimento di attività in fattoria contribuisce ad ampliare la gamma delle attività e delle produzioni in azienda ed in generale nel mondo rurale, quindi alla diversificazione ed integrazione dei redditi degli agricoltori e, allo stesso tempo permette agli studenti delle scuole materne, elementari e medie di integrare il loro percorso scolastico con esperienze di tipo dinamico ed interattivo. Queste sono le motivazioni principali per cui la Comunità Europea sostiene e promuove lo sviluppo di attività didattiche nelle aziende agricole, attraverso il Regolamento CE n. 1257/99 a sostegno dello sviluppo rurale.

[24] Da una indagine recentemente effettuata dal Consiglio europeo dei giovani agricoltori (Ceja) sul grado di conoscenza del mondo agricolo da parte dei bambini dell'Unione europea, risulta fra l'altro, che l'idea di diventare agricoltore non è affatto attraente per i due terzi di essi, mentre solo al 10% piacerebbe praticare questo mestiere. La ragione principale per la quale non vogliono praticare quest'attività è che la considerano un lavoro pesante, sporco, ecc. Ad alcuni di essi invece non piace vivere in campagna, o in fattoria, o comunque non piace la vita da agricoltore. Il fatto curioso è, però, che se gli stessi bambini hanno l'opportunità di stare a contatto con il mondo agricolo tramite ripetute visite in fattoria, la loro opinione cambia e l'idea di fare l'agricoltore non viene più scartata così facilmente.

In Italia il fenomeno riguarda ben 276 fattorie[25], ed il dato è molto importante, se si considera il fatto che queste attività si sono sviluppate in maniera decisiva negli ultimi due o tre anni.

Tabella 2: regioni italiane con maggior presenza di fattorie didattiche.

REGIONI	NUMERO AZIENDE
Nord	
Piemonte	22
Lombardia	26
Trentino Alto Adige	25
Veneto	28
Emilia Romagna	115
Liguria	4
Centro	
Toscana	4
Marche	10
Umbria	8
Abruzzo	7
Lazio	8
Sud	
Calabria	7
Campania	7
Basilicata	2
Puglia	3

Fonte: Osservatorio agroambientale di Cesena, censimento delle fattorie didattiche in Italia, 2000.

La maggior parte delle aziende è organizzata in una rete nazionale o regionale e molte di esse sono supportate da Enti pubblici (Emilia Romagna, Piemonte) o da associazioni ed enti privati (Trentino Alto Adige, Veneto, Lombardia).

Molte aziende sono agrituristiche e sono condotte con il metodo biologico; sono dislocate su quasi tutto il territorio nazionale, anche se con una netta prevalenza del Nord Italia, come si nota anche dalla tabella 2.

Il Piemonte è stata la prima regione a proporre alle scuole visite didattiche nelle aziende agricole, iniziando già nel 1991 ed oggi ottiene la più ampia partecipazione di tutto il Paese. Nella provincia di Mantova i titolari delle aziende sono tenuti a seguire dei corsi di formazione per "operatori di animazione didattica in agriturismo". L'Emilia Romagna da tempo promuove per le scuole dell'obbligo, un programma di visite in fattoria ed è la regione con il maggior numero di aziende didattiche (115).

I progetti possono essere di iniziativa regionale, oppure le regioni stesse possono decidere di prendere parte al progetto nazionale messo a punto dalla Cia[26], denominato "Scuola in fattoria", che ha lo scopo di creare una rete di

[25] Il censimento delle fattorie didattiche italiane è stato realizzato dall'Osservatorio agroambientale di Cesena e finanziato dal Ministero dell'ambiente, nell'ambito del programma stralcio di tutela ambientale. È stato effettuato tramite un'indagine diretta, dalla quale risultano 273 fattorie didattiche e 3 "city farms".

[26]Confederazione Italiana Agricoltori: Turismo verde (Cia) – via Mariano Fortuny, 20 – 00196 Roma – tel. 06.326871. Sito internet: http://www.cia.it.

aziende agricole, opportunamente selezionate, per realizzare una serie di attività educative relative all'agricoltura ed al territorio rurale[27].

La gamma delle attività che si svolgono in fattoria è molto vasta, quindi le esperienze che è possibile fare sono molte e diverse tra loro: in effetti esse dipendono anche dalla regione che si considera e cioè dalle attività tipiche, dalle colture praticate e dagli animali allevati, dai prodotti tipici che si realizzano, dalle abitudini e tradizioni e così via[28].

Per citarne alcune, se ad esempio si considera la regione Emilia Romagna e, più specificamente la provincia di Parma, là si trovano soprattutto aziende zootecniche e produttrici di latte e formaggi (il Parmigiano Reggiano è il prodotto per antonomasia), ma anche produttori di carni, sia fresche che insaccate.

Le scuole che visitano tali aziende potranno, di conseguenza, oltre a conoscere animali e colture, vedere gli attrezzi utilizzati in tali attività, imparare a distinguere determinate erbe con le quali si alimentano quegli animali, imparare a mungere, e seguire, nel caseificio, il percorso del latte, come nasce il formaggio, nonché cucinare piatti tipici con i prodotti del luogo.

Altre possibilità sono quelle di seguire il processo che porta dal grano al pane; conoscere e riconoscere i frutti e gli ortaggi, il periodo di semina e di raccolta; conoscere i derivati della macellazione; riconoscere i prodotti attraverso il gusto; partecipare alla vita di campagna e alle produzioni.

Se si va in una fattoria del Trentino è probabile che si faccia esperienza tra i meleti, magari partecipando al ciclo di vita della pianta, assistendo alla selezione della varietà e l'innesto, per arrivare alla raccolta. Poi si potranno preparare piatti tipici come i dolci. In Piemonte l'esperienza più diffusa è sicuramente quella del vino, in Puglia l'olio, e così via. Ciò permette ad ognuno di conoscere innanzitutto le caratteristiche fondamentali della propria regione, ma sarebbe interessante anche sconfinare in altre regioni per allargare il panorama delle conoscenze e aprire il terreno ai confronti.

Nella regione Marche sono state individuate ben dieci fattorie didattiche, le quali permettono di partecipare allo svolgimento di numerose attività, visto che nella nostra regione la varietà produttiva di beni e servizi è molto vasta.

I ragazzi imparano innanzitutto a conoscere e riconoscere animali e colture, assistono e partecipano ai diversi aspetti della vita in campagna, seguendo sia la parte agricola, come la semina, la raccolta, le tecniche di allevamento, sia la trasformazione, come quella delle carni, la produzione di latte e formaggi, la trasformazione dell'uva in vino, delle olive in olio, dei cereali in farine e così via. Si può poi imparare a cucinare prodotti come pane e pizza, partendo dal grano. Altre esperienze consistono nell'utilizzare beni alimentari per ottenere prodotti finiti ad uso diverso, come la farina e l'acqua per fare la colla, la pasta salata e la pasta di pane per le figure e le statuette.

---

[27] Il progetto "Scuola in fattoria" coinvolge le aziende aderenti alla Cia, rispondenti a determinati requisiti di qualità, è rivolto agli studenti delle scuole elementari, medie e superiori, con obiettivi diversi secondo le classi di età. Il progetto e le attività praticabili nelle aziende aderenti è consultabile presso il sito internet specifico messo a punto dalla Cia: www.scuolainfattoria.it e presso il sito internet del Ministero della pubblica istruzione: http://www.istruzione.it.

[28] Il basso costo delle esperienze didattiche in fattoria (non si va oltre le 18.000 lire in tutta Italia) danno a tutti la possibilità di sperimentarle.

2.6. La polifunzionalità

In un'agricoltura multifunzionale va considerato anche l'elemento della **polifunzionalità**, con la quale si intende l'interazione di quattro forme diverse di capitali che, perfettamente bilanciate nel sistema, ne mantengono l'equilibrio, evitando le distorsioni dell'agricoltura tradizionale e rendono possibile il pieno sfruttamento di tutte le sue potenzialità[29]. I quattro capitali sono:

1. capitale naturale, che è costituito dalle risorse naturali, dalla biodiversità, dal suolo, dalla sostanza organica, dall'equilibrio idrogeologico, ecc.;

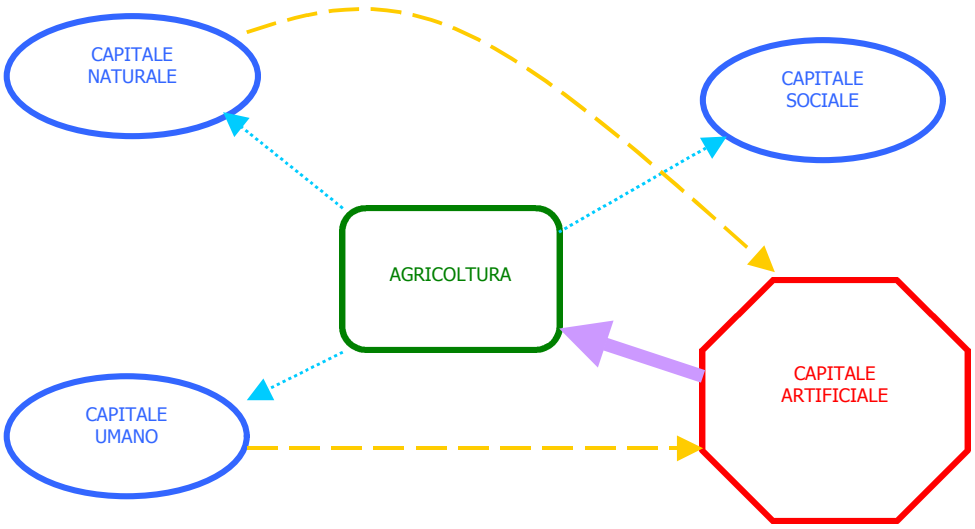
2. capitale sociale, che consiste nelle istituzioni locali, nelle regole e costumi, nei rapporti di proprietà, nelle forme di organizzazione, ecc.;

3. capitale umano, che riguarda la conoscenza, l'esperienza, la cultura, la formazione, la capacità di iniziativa, la struttura demografica, la salute, ecc.;

4. capitale artificiale, che è rappresentato dalle macchine, gli impianti, le infrastrutture, le forme di utilizzo del suolo, la struttura e il livello dei redditi.

Dal grado di bilanciamento di queste quattro forme di capitale dipende il grado di stabilità e, quindi, di sviluppo e di competitività del sistema locale.

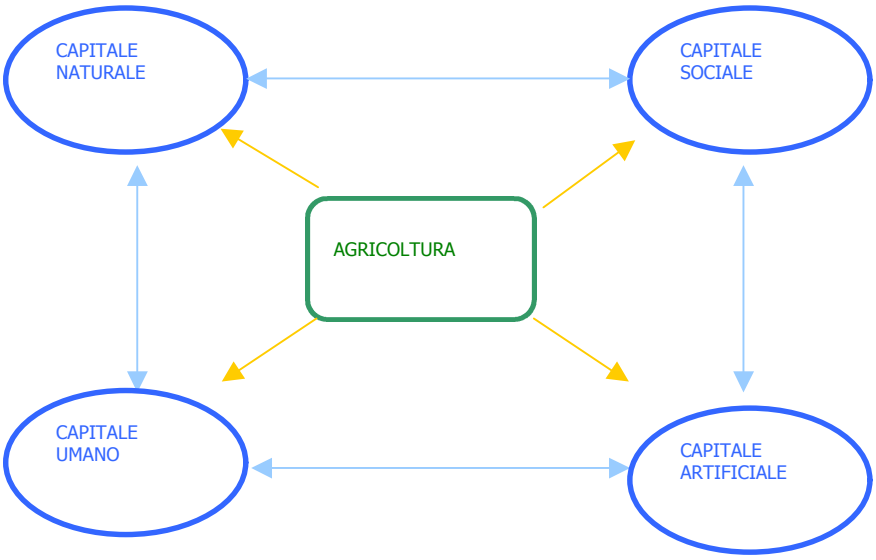
Figura 1: Effetto distorsivo provocato dallo squilibrio tra le quattro forme di capitale.



Fonte: Sotte F., introduzione al volume Agricoltura e natura, FrancoAngeli, in corso di pubblicazione.

[29] Sotte, introduzione al volume Agricoltura e natura, Associazione Bartola, FrancoAngeli, in corso di pubblicazione.

Figura 2: Il perfetto bilanciamento delle quattro forme di capitali in un'agricoltura polifunzionale.



Fonte: Sotte F., introduzione al volume Agricoltura e natura, FrancoAngeli, in corso di pubblicazione.

Dal confronto tra la figura 1 e la figura 2 si può notare come un'agricoltura in cui uno, o più, dei quattro capitali risultino non bilanciati, formi una distorsione: ciò accade specialmente nell'agricoltura monofunzionale, dove alcune forme di capitale sono addirittura assenti.

L'agricoltura deve interagire e contribuire allo stesso modo in tutte e quattro le direzioni, nel senso che ogni tipo di capitale deve essere commisurato in un equilibrio, con gli altri, poiché se il sistema si sbilancia, l'agricoltura perde forza ed autonomia anche nei confronti degli altri settori produttivi, quindi, tutti gli elementi sono necessari per dare forza al mondo rurale: dal terreno, all'ambiente naturale, all'uomo e così via e dunque vanno tenuti tutti in considerazione.

2.7. Pluriattività e part-time

La multifunzionalità è un fenomeno di grande portata, che implica un modo diverso e soprattutto nuovo di intendere l'agricoltura e, più in generale, il mondo rurale: ciò è dimostrato dal fatto che essa comporta tutta una serie di conseguenze, cambiamenti e situazioni nuove per gli agricoltori, per le aziende agricole e per la realtà rurale in genere.

La multifunzionalità coinvolge, quindi, molteplici aspetti, dei quali, tra l'altro, si compone, modificando le connotazioni dell'agricoltura tradizionale: uno di questi è la **pluriattività** dell'agricoltore moderno, e della sua famiglia e quindi l'ingresso del **part-time** nel settore agricolo.

Una conseguenza di tale fenomeno è la **terziarizzazione** dell'agricoltura, cioè la sua apertura verso il settore terziario e, più specificamente il **contoterzismo, attivo e passivo**, che consistono, il primo in aziende che

offrono i servizi per l'agricoltura e, il secondo, nella richiesta e nell'utilizzo, da parte delle aziende agricole, di tali servizi[30].

Ciò comporta l'integrazione intersettoriale del mondo agricolo, cioè il suo interagire con gli altri settori, economici e non: industria, artigianato, commercio, turismo, servizi privati e pubblici.

La **pluriattività** dell'agricoltore multifunzionale o, meglio, della famiglia rurale, costituisce sicuramente uno dei fenomeni di estrema importanza, legati alla multifunzionalità; allo stesso tempo bisogna precisare che i due concetti, di pluriattività e di multifunzionalità, vanno tenuti distinti, perché esprimono situazioni diverse, anche se potrebbero essere confusi. La multifunzionalità, riguarda, infatti, lo svolgimento di attività alternative, connesse all'agricoltura o meno, come ad esempio la tutela del paesaggio ed il mantenimento degli equilibri ambientali, svolte comunque nell'ambito dell'attività aziendale agricola

Con pluriattività, invece si intende lo svolgimento da parte dell'imprenditore agricolo e/o dei membri della famiglia, per una parte, o tutto il loro tempo lavorativo, di attività ulteriori rispetto a quella svolta nell'azienda agricola, che poco o nulla hanno a che fare con l'agricoltura, ma soprattutto al di fuori della realtà aziendale di famiglia.

Si tratta, infatti, per lo più di attività extra – agricole, svolte in altri settori della produzione, quindi nell'industria o nel terziario, ma è possibile parlare anche di una pluriattività del tipo "agricoltura-agricoltura", che si ravvisa nella figura del familiare che svolge comunque attività agricola, ma al di fuori dell'azienda di famiglia, in quanto il reddito che egli produce e che va ad integrare quello familiare, proviene dall'esterno, cioè da altro mercato.

Le cause di diffusione del part-time in agricoltura possono essere riassunte in due grandi gruppi che comprendono una serie di variabili, alcune interne al settore agricolo, o meglio alla "famiglia contadina", altre esterne al settore stesso.

Tra i condizionamenti interni al settore agricolo si trovano:

1. l'avvento di un'agricoltura del tipo "capital – intensive", che dagli anni '50 in poi ha consentito il risparmio di braccia al primo settore, per cui ad un certo punto non c'era più posto, nelle aziende agricole familiari, per tutti i componenti della famiglia, i quali hanno cercato occupazione nell'industria o nel terziario, oppure nello stesso settore agricolo, ma in ogni caso in mercati diversi da quello dell'azienda di famiglia;

2. la rigidità fondiaria che, ostacolando l'ampliamento della dimensione d'impresa, favorisce il permanere di una realtà agricola estremamente polverizzata e rappresenta, quindi, uno stimolo alla ricerca di attività extra-agricole;

3. la spinta all'integrazione intersettoriale dell'agricoltura, in quanto i redditi agricoli ed extra-agricoli si pongono a confronto e con essi si evidenziano i bisogni e le risorse della famiglia agricola. Ciò spinge i membri della famiglia alla ricerca di attività extra-aziendali ed integratrici di reddito

[30] Dal contoterzismo derivano tutta una serie di altri fenomeni, quali l'intensificazione, o l'estensificazione delle colture, la destrutturazione o la disattivazione aziendale, l'innovazione, la diversificazione, ecc.: vedi nel seguito del capitolo.

("effetto spinta"), ma contemporaneamente, i vantaggi connessi all'attività e alla struttura aziendali, non permettono loro di decidere per un abbandono definitivo dell'agricoltura ("effetto ritorno" o "ritorno alla terra")[31].

Tra i fattori esterni che stimolano la crescita e la diffusione del part-time invece vanno considerati:

1. la contrazione dei trasferimenti sociali rivolti all'agricoltura, che spingono alla ricerca di forme alternative di reddito;

2. una prospettiva di maggiore occupazione nell'industria o nei servizi, ma in loco, cioè nel territorio rurale, o nelle sue vicinanze, dal momento che la tendenza è quella di una industrializzazione diffusa e non più concentrata su una parte del territorio.

Altri obiettivi che è possibile perseguire con la diffusione del part-time sono:

- la presenza di popolazione sul territorio che svolge funzioni di presidio e quindi di mantenimento della vitalità, evitandone il degrado e l'abbandono;
- il conseguente mantenimento di un certo livello occupazionale in agricoltura;
- la salvaguardia dell'ambiente e delle risorse naturali;
- la riduzione di disparità intra ed inter-settoriali;
- il contenimento degli eccessi produttivi.

La famiglia rurale diventa così pluriattiva, poiché contiene membri che svolgono, in parte o in tutto, attività lavorativa al di fuori dell'azienda agricola, sono cioè lavoratori part-time, la cui attività principale, quando riservino comunque parte del loro tempo lavorativo all'azienda familiare, può essere quella agricola o quella negli altri settori.

Se l'attività principale è quella agricola, attraverso la pluriattività la famiglia riesce ad integrare il reddito derivante dall'azienda agricola di cui è conduttrice: svolgendo altri tipi di occupazione, a tempo pieno o parziale, alcuni o tutti i membri della famiglia apportano all'interno redditi provenienti da attività esterne.

Quando però non si tratta di integrare il reddito, gli obiettivi di una scelta di pluriattività sono altri: in questi casi l'attività agricola non figura come la principale, né dal punto di vista del tempo dedicatole, né dal punto di vista del reddito che fornisce.

Si tratta, ad esempio, della famiglia di origini rurali che, tuttavia, per motivi di impiego in settori diversi da quello agricolo, si è trasferita in città, per lo meno nella sua componente più giovane. La pluriattività ha in questo caso la funzione di evitare il degrado dell'ambiente rurale e la perdita della struttura abitativa, che di solito viene utilizzata come seconda casa per le vacanze ed il tempo libero, e/o

[31] Barberis C., Gli operai contadini, Bologna, Il Mulino, 1970.

costituisce residenza per la parte più anziana della famiglia, che non vuole lasciare il luogo in cui è sempre vissuta, ma allo stesso tempo, date l'età avanzata e la scarsa dotazione di mezzi e strutture, non ha più la possibilità di occuparsi dell'attività agricola.

In questa categoria si possono comprendere anche i cosiddetti "coltivatori della domenica", cioè coloro che riscoprono il gusto e il piacere di dedicarsi di tanto in tanto ad un'attività diversa, per hobby, per relax, ma anche per il vantaggio di avere a disposizione beni alimentari sani e di qualità, per di più autoprodotti. Dunque, la produzione realizzata è quasi sempre finalizzata all'autoconsumo e perciò, non passando attraverso il mercato, non contribuisce alla formazione del reddito familiare. Se però la produzione raggiunge livelli eccessivi per l'autoconsumo, la famiglia potrebbe decidere di inserirla sul mercato per ricavarne eventuali entrate.

L'autoconsumo è oggi, quasi sempre, una scelta precisa della famiglia contadina, infatti questo fenomeno non è più legato, come in passato, ad una situazione di sussistenza e di povertà, se non in casi specifici e rari (ad esempio nelle zone montane), ma piuttosto ad una situazione di benessere.

La figura del nuovo agricoltore si differenzia, quindi, anche per il **tempo** dedicato a questa attività, inteso come tempo di lavoro, cioè giornate di lavoro, per unità produttiva[32]: egli è infatti quasi sempre un lavoratore part-time in altri settori dell'economia, che dedica all'agricoltura una parte del suo tempo, ma anche che vi applica le conoscenze acquisite negli altri settori: imprenditorialità, professionalità, capacità di vendita, commercializzazione, capacità di raccogliere ed utilizzare informazioni, ecc.

Il tempo, però, non è l'unico fattore che fa la differenza tra full-time e part-time, sia che si tratti del conduttore, dei familiari, dei lavoratori dipendenti, o dell'azienda: il **reddito** prodotto e la sua origine sono un indicatore alternativo, per cui sarà principale non l'attività alla quale si dedicano più ore lavorative, ma quella che procura maggior reddito e, conseguentemente, sarà secondaria quella che fornisce il reddito integrativo dell'attività principale.

Qui bisogna distinguere, tra l'altro, quando il reddito extra-aziendale proviene da altra attività lavorativa e quando da trasferimenti sociali, in particolare le pensioni. Oltretutto la composizione dei redditi è un valido indicatore delle strategie familiari, che hanno come diretta conseguenza l'eterogeneità dell'agricoltura e la pluriattività della famiglia agricola, dovute a scelte più o meno spinte di part-time.

Per avere un quadro completo e realistico della situazione, quindi, il part-time che va considerato non è solo quello dell'imprenditore-conduttore, ma anche quello degli altri componenti familiari, perché la prima scelta sarebbe limitativa nel mostrare la realtà delle imprese. Gli studi che in passato sono stati svolti secondo queste modalità, hanno fornito risultati riduttivi e parziali. È la famiglia che, alla fine, diventa l'unità base di analisi, in quanto reale unità produttrice di reddito[33].

Si passa quindi dalla considerazione della pluriattività del solo conduttore, che si alterna tra lavoro in azienda ed extra-aziendale, secondo il fabbisogno in

---

[32] La considerazione del fattore "tempo" come elemento di distinzione tra part-time e full-time appartiene a: Cavazzani A., L'agricoltura a tempo parziale nelle Marche, Ente di sviluppo Marche, Ancona 1978; Barberis C., Gli operai contadini, Bologna, Il Mulino, 1970.

[33] Brusco, Agricoltura ricca e classi sociali, Milano, Feltrinelli, 1979.

giornate, al concetto di famiglia pluriattiva, dove si hanno informazioni anche sulla situazione lavorativa degli altri componenti familiari.

Questa sorta di evoluzione appare evidente anche nei criteri di raccolta delle informazioni nei Censimenti dell'agricoltura dal 1970 al 1990: il primo (1970) ha focalizzato sul conduttore dell'azienda agricola, tralasciando i componenti familiari; nel secondo (1982) c'è un arricchimento di informazioni sulle attività del conduttore, anche quelle extra-aziendali, che diventano ancora più dettagliate in quello del 1990, quando si pone maggiore enfasi sulle attività di tutti i componenti della famiglia, anche di quelli affatto impegnati nell'attività aziendale[34].

Definendo l'azienda a tempo parziale come quella che non è capace, date le sue ridotte dimensioni, di assorbire l'impegno lavorativo full-time di nemmeno un componente della famiglia[35], in base alle informazioni dei censimenti dell'agricoltura, si può stimare l'entità delle aziende a tempo parziale, sapendo che la soglia fissata è di 200 giornate lavorative per anno.

Tabella 3: Percentuale di aziende con meno di 200 giornate di lavoro aziendale e di lavoro su di esse prestato.

Anni	Aziende (%)	Giornate di lavoro
1970	61,7	17,8
1982	70,5	23,8
1990	77,0	27,9

Fonte: Istat, Censimento dell'agricoltura, annate varie.

In altri termini il tempo parziale può essere riferito sia all'azienda, sia alla famiglia agricola.

In alcuni Stati (USA) al centro dell'analisi è posta l'azienda agricola, e/o l'agricoltura, come settore contrapposto all'industria e al terziario: in questo ambito è fondamentale il ruolo del conduttore dell'azienda.

In Italia e, più in generale, in Europa (e in Giappone) prevale invece l'analisi incentrata sulla famiglia contadina, intesa come unità economica, piuttosto che sull'azienda: ne deriva che sono presi in considerazione i membri della famiglia e non il solo operatore agricolo.

Il part-time è un fenomeno in netta diffusione nel mondo agricolo, al contrario di quanto si pensava fino a qualche decennio fa e, cioè, che fosse un fenomeno transitorio, concomitante al passaggio dalla società contadina a quella industriale.

Dai dati censuari emerge infatti che, se nel 1970 circa il 23% delle aziende agricole erano part-time, nel 1982 il fenomeno riguardava già un numero di aziende pari al 30% del totale[36].

Considerando, più in generale, anche le famiglie la cui attività principale non è quella aziendale agricola, il fenomeno giunge ad interessare addirittura il

[34] Barberis suddivide a questo proposito i componenti familiari in:
a tempo pieno: coloro che sono impegnati esclusivamente nell'attività agricola familiare;
alternanti: coloro che prestano attività sia aziendale, sia extra-aziendale, secondo le varie combinazioni;
ospiti: coloro che svolgono esclusivamente attività extra-aziendale.
[35] Fuller, Cavazzani, 1982.
[36] Fonte: Istat, Censimenti dell'agricoltura 1970, 1982.

75% delle aziende, facendo registrare, in soli cinque anni, un incremento superiore al 20%[37].

Anche se i dati (sia censuari, sia raccolti appositamente per ricerche specifiche) lungo il corso degli anni sono stati raccolti con criteri diversi, un elemento costante che emerge è sicuramente che il fenomeno del part-time non è transitorio, ma, al contrario, è in costante aumento e si è insinuato nel mondo rurale fino a diventarne parte strutturale.

2.7.1. Aziende professionali ed accessorie

Un fattore trasversale al part-time, e di estrema importanza, che bisogna considerare è la **professionalità**.

Sono da considerarsi "professionali" quelle aziende in cui c'è almeno un membro della famiglia (di solito, ma non necessariamente, il conduttore), che dedica una parte significativa del proprio tempo alla conduzione dell'impresa, svolgendo tale attività in modo abituale e continuativo ed opera con livelli standard di tecnologia ed imprenditorialità, cioè livelli di efficienza tecnica ed economica, considerati normali dall'agricoltura "moderna".

Dall'altra parte sono "accessorie" le aziende in cui nessun membro della famiglia dedica all'attività di conduzione una porzione significativa del proprio tempo. Ciò succede quando la parte più consistente o addirittura l'intero reddito familiare proviene da attività extra agricole e l'azienda accessoria serve come integrazione o, addirittura come diversivo. Ne consegue che sia le aziende professionali, sia quelle accessorie possono essere tanto full-time, quanto part-time.

In effetti l'attività professionale è definita non tanto dal tempo lavorativo speso in azienda, il quale dipende più che altro dalle possibilità e dalle scelte produttive, oltre che dalle dimensioni aziendali, quanto piuttosto dal livello tecnologico e imprenditoriale applicati, che devono raggiungere determinati standard.

Così come il tempo parziale, anche la professionalità può essere riferita all'azienda e/o all'attività agricola, oppure al conduttore e ai singoli componenti della manodopera familiare, per esprimere la partecipazione a pieno titolo alla produzione aziendale, legata non solo alla quantità di lavoro prestato, ma anche alla sua qualità e all'età dell'individuo considerato.

2.7.2. Vantaggi e lati negativi del part-time in agricoltura

Se la pluriattività è diventata un fenomeno così pervasivo dell'attività agricola italiana, ciò è dovuto sicuramente ai vantaggi che un'agricoltura part-time comporta.

Il part-time evita lo spopolamento delle zone rurali e, quindi, permette il mantenimento della loro vitalità: gli abitanti che permangono in queste aree svolgono la funzione di presidio dell'ambiente naturale, evitandone il degrado che seguirebbe all'esodo dalle campagne. In questo senso si elimina anche il divario città-campagna e il part-time contribuisce all'integrazione intersettoriale dell'agricoltura, la quale resterà sempre meno emarginata e sempre meno confinata al solo primo settore dell'economia.

---

[37] Barberis, 1975.

Visto che il part-time permette ai componenti familiari di lavorare sia in azienda che fuori, esso contribuisce a tenere la famiglia unita e, quindi, ne evita la disgregazione.

Il part-time costituisce anche un elemento di stimolo alla valorizzazione delle risorse agricole, in quanto l'agricoltore pluriattivo (o la famiglia pluriattiva) sarà in grado di applicare all'agricoltura le capacità acquisite nelle altre attività che egli svolge, negli altri settori produttivi: capacità imprenditoriale, strategie aziendali, tecniche di produzione e vendita, ecc. sarà inoltre più disponibile e più ricettivo verso le informazioni e le innovazioni, nonché più aperto all'associazionismo e alla cooperazione, rendendo l'agricoltura più meccanizzata, più specializzata, dandole, quindi, una spinta verso la modernizzazione.

In effetti è dimostrato, anche dalle cifre rilevate in ripetute ricerche ed indagini, che le aziende part-time alla fine risultano migliori, in termini di produzione lorda vendibile (PLV), rispetto a quelle "esclusive"[38].

Tabella 4: Distribuzione e caratteristiche economiche delle aziende in relazione all'attività del conduttore, esclusivo o alternativo, per settore di attività extra-aziendale (reddito espresso in lire).

Attività del conduttore	Aziende	Reddito/Azienda	Reddito/giornata
Esclusivo	2.027.954	12.396.464	73.988
Alternante in agricoltura			
Prevalentemente in azienda	44.996	24.754.172	81.034
Prevalentemente fuori	153.209	7.048.210	82.796
Alternante nell'industria			
Prevalentemente in azienda	5.657	165.591	66.941
Prevalentemente fuori	256.293	3.583.119	59.895
Alternante nel commercio			
Prevalentemente in azienda	6.293	28.277.396	86.319
Prevalentemente fuori	138.060	5.371.155	84.557
Alternante nei servizi			
Prevalentemente in azienda	6.227	22.939.711	81.034
Prevalentemente fuori	151.379	5.367.632	81.034
Alternante nella P.A.			
Prevalentemente in azienda	1.826	21.213.332	84.557
Prevalentemente fuori	130.560	5.302.452	73.988
Alternante (totale)			
Prevalentemente in azienda	64.999	24.701.323	79.272
Prevalentemente fuori	829.501	5.314.783	73.988

Fonte: Istat, IV Censimento dell'agricoltura, 1990.

L'azienda part-time risulta, quindi, essere ben più dinamica rispetto a quella esclusiva, perché più ricettiva verso l'esterno e perché le capacità acquisite all'esterno da chi vi lavora, sono messe a disposizione della stessa.

Ciò è sintomo di elasticità e flessibilità del settore, che è in grado di adattarsi ai mutamenti delle situazioni.

La tabella 4 aiuta a chiarire come il reddito mediamente prodotto dalle aziende il cui conduttore è pluriattivo, ma preminentemente occupato in azienda, sia più alto, addirittura doppio rispetto alla situazione di esclusività: l'unico caso nel quale ciò non si verifica è quello dell'industria, perché evidentemente quel tipo di impiego non dà modo di svolgere un'ulteriore attività, se non in maniera precaria e saltuaria.

[38] Fonte: Istat, 1971.

Peraltro ci sono anche aspetti negativi che riguardano il pericolo, nel lungo termine, di una omogeneizzazione delle colture, dovuta in genere al fatto che ci si rivolge al contoterzismo, il quale da un lato apporta meccanizzazione, innovazione e quindi modernizzazione, ma dall'altro introduce un'agricoltura di tipo monocolturale.

Se nel breve periodo questo rappresenta un vantaggio economico, non lo è altrettanto nel lungo periodo, in quanto l'intensa meccanizzazione può portare ad un eccessivo sfruttamento delle risorse naturali, con conseguenze negative per la stabilità e fertilità dei terreni.

2.8. Il contoterzismo nell'agricoltura multifunzionale

Il **contoterzismo** è un fenomeno di estrema importanza in agricoltura, che ha raggiunto nel tempo livelli di espansione tali da diventare parte integrante del mondo rurale.

Tale termine indica la situazione nella quale un'azienda agricola cede, o delega, alcune operazioni o fasi del processo produttivo ad altre aziende esterne, specializzate nell'offerta di tali servizi, i quali sono generalmente prestati sul luogo di localizzazione dell'impresa richiedente: il processo produttivo, che era prima svolto totalmente all'interno dell'azienda ora si smembra e, in alcune sue parti, o per intero, viene affidato ad uno o più terzi.

Chi presta il servizio è il contoterzista attivo, mentre chi lo richiede e poi ne usufruisce è il contoterzista passivo.

Il primo è, nel 70% dei casi, un agricoltore che ha saputo e potuto espandersi acquistando nuovi terreni da coltivare ed ha, quindi, dovuto procurarsi le macchine e le attrezzature necessarie per la loro lavorazione: le aziende di questo tipo sono dette contoterziste miste. Esse dispongono di un parco macchine che garantisce loro una capacità operativa, generalmente superiore al proprio fabbisogno, perciò offriranno questo surplus di capacità sul mercato, in forma di servizi, alle aziende che, invece, per vari motivi, quali l'età avanzata dei conduttori, le dimensioni aziendali ridotte, l'indisponibilità di forti somme da capitalizzare, non sono in grado di procurarsi da sole i mezzi meccanici necessari al compimento di tali operazioni.

Il restante 30% sono aziende contoterziste cosiddette pure, nel senso che, pur avendo, in molti casi, origini agricole, ora sono dedite specificamente ad offrire servizi ai terzi e non hanno terreni propri da coltivare.

Il contoterzismo si è evoluto nel tempo non solo a livello di quantità di servizi richiesti ed offerti, ma anche come varietà, infatti, mentre in passato le operazioni maggiormente richieste erano la raccolta e l'aratura, nel corso del tempo si è arrivati all'affidamento completo delle operazioni colturali ai contoterzisti: le imprese terziste sono oggi in grado di gestire integralmente le aziende agricole o, addirittura, vaste realtà territoriali. Il contoterzismo assume qui il merito di aver creato un'aggregazione delle strutture fondiarie, vale a dire di aver unito in gestioni uniche, superfici agrarie altrimenti frammentate e polverizzate sul territorio, dando luogo a dimensioni aziendali nuove ed assai diverse rispetto a quelle rurali tradizionali del nostro Paese.

Non si tratta più, quindi, di offrire solo servizi di pura attività agricola, ma anche di gestione, organizzazione, commercializzazione e così via. Inoltre la nuova PAC apre ulteriori prospettive nelle attività di gestione del territorio e cioè

nelle operazioni di sistemazione e manutenzione del verde privato e pubblico, del territorio rurale e dell'ambiente.

Anche le stesse operazioni meccaniche richieste non si limitano più soltanto a quelle suddette (raccolta ed aratura), ma riguardano anche la semina, la sistemazione e la preparazione dei terreni, la mietitura, ecc.

2.8.1. Le ragioni della diffusione

Il contoterzismo si è affermato e sviluppato nell'agricoltura italiana in seguito all'intervento di due cause fondamentali:

- l'esigenza sempre maggiore, nelle società sviluppate, di servizi esterni e di qualità da parte delle imprese, servizi che possono essere erogati solo da tecnologie ad alto grado di meccanizzazione e che, quindi, non tutte le imprese sono in grado di fornire;

- l'incapacità delle aziende italiane di modernizzarsi ed adeguarsi, con i ritmi ed i tempi delle altre agricolture europee, ai cambiamenti del mondo rurale.

Il contoterzismo si adatta particolarmente alla realtà rurale italiana, costituita di tante piccole aziende sparse sul territorio, per le quali sono difficili l'autoaggregazione e la cooperazione; allo stesso tempo è impossibile, per esse, acquisire tutta la tecnologia necessaria a mandarle avanti nel modo più proficuo. Lo sviluppo del fenomeno è, infatti, nel nostro Paese piuttosto notevole ed il suo ruolo fondamentale, perché permette a tutte queste aziende, altrimenti marginalizzate, di continuare ad essere attive.

Le imprese terziste forniscono alle aziende agricole tutta una serie di servizi di rapida ed efficace attuazione delle operazioni colturali, con metodi e macchinari tecnologicamente avanzati, evitando loro di effettuare notevoli investimenti ed assicurando, contemporaneamente, una maggiore flessibilità negli ordinamenti produttivi e nella gestione aziendale.

Il contoterzismo deriva, in sostanza, da un ampio processo di terziarizzazione dell'agricoltura, e cioè da un processo di interazione del settore agricolo con il terziario: il ricorso ai servizi agromeccanici ha permesso all'imprenditore agricolo di acquisire una maggiore flessibilità e, quindi, una maggiore facilità nella gestione e nell'organizzazione aziendali, che risultano snellite, oltre che di superare la rigidità del sistema agricolo italiano, dovuto alla presenza di strutture di tipo fondiario.

2.8.2. Una concezione diversa dell'azienda

Il contoterzismo comporta non solo una riorganizzazione dell'attività aziendale, cioè una diversa concezione delle strutture produttiva ed organizzativa delle aziende agricole, ma anche di tutte le economie ad esse collegate: il terziario e l'industria, produttrice quest'ultima, delle tecnologie.

In seguito all'affermarsi del contoterzismo si possono individuare le seguenti tipologie di aziende[39]:

1. aziende disattivate: non svolgono alcuna operazione in prima persona e delegano qualsiasi attività alle aziende terziste[40];

2. aziende destrutturate: non hanno mezzi meccanici in proprietà, o perché il tipo di produzione non lo richiede, o perché si rivolgono all'esterno, o per una precisa scelta produttiva, di tipo tradizionale;

3. aziende parzialmente strutturate: sono dotate di alcuni mezzi che però non sono sufficienti, come quantità e/o come tipo di prestazioni, alle dimensioni aziendali, per cui integrano operazioni svolte con mezzi in proprietà alla cessione di operazioni a imprese esterne;

4. aziende totalmente strutturate: possiedono un parco macchine completo e sufficiente alle necessità aziendali, quindi svolgono integralmente le operazioni all'interno, con mezzi meccanici di proprietà.

Acquistando servizi all'esterno, le aziende non sono costrette ad immobilizzare forti somme di capitali per l'acquisto del parco macchine e, per di più, possono usufruire sempre della tecnologia più avanzata , che le aziende di servizi in genere possiedono sempre. Il contoterzismo consente, perciò, la diffusione dell'innovazione tecnologica, anche nelle imprese strutturalmente più deboli, riducendo i loro costi e dividendo i rischi.

Il contoterzismo comporta, però, anche effetti negativi come la specializzazione ed omologazione delle colture, cioè la pratica di una ristretta varietà di colture, le più redditizie, ripetuta continuamente sullo stesso terreno. Anche se effettuata in modo estensivo, data la vastità territoriale a disposizione, la diffusione di pratiche monocolturali e l'applicazione di tecnologie avanzate e standardizzate ledono in profondità il terreno, peggiorandone la fertilità, che può essere ripristinata, in tempi rapidi, solo attraverso la via chimica, con l'uso, cioè, di fertilizzanti, il che comporta conseguenze negative per la conservazione dell'ambiente.

Oggi, però, la maggiore attenzione rivolta ai problemi ambientali impone l'utilizzo di tecniche compatibili con la salvaguardia del patrimonio ambientale,

---

[39] Da vari studi e ricerche effettuati, risulta che circa un quarto delle aziende agricole non ricorre all'impiego di alcun mezzo; tra quelle che vi ricorrono, la proprietà collettiva dei mezzi meccanici non costituisce un fenomeno rilevante, infatti riguarda solo il 10% dell'universo censito e si traduce in accordi tra più aziende agricole, o nella formazione di cooperative tra le stesse per l'acquisto e la proprietà dei mezzi meccanici.
Le aziende che invece utilizzano mezzi meccanici individualmente si suddividono in tre gruppi, più o meno equivalenti come consistenza:
aziende che utilizzano esclusivamente mezzi in proprietà (22,43% del totale nazionale);
aziende che integrano l'uso di mezzi propri con servizi acquisiti all'esterno (23,25%);
aziende che ricorrono esclusivamente all'impiego di mezzi di terzi (22,12%).

[40] La disattivazione aziendale può essere totale, o parziale: è totale quando vengono sospese completamente tutte le attività di investimento in mezzi meccanici; è parziale quando questi investimenti sono sospesi solo in parte, intuitivamente quelli più cospicui.

nuove tecniche che il contoterzismo, tra l'altro può contribuire a diffondere: dunque, con ciò, il rischio ambientale dovrebbe attenuarsi.

Altro aspetto positivo da considerare è che il contoterzismo permette la permanenza di una diffusa residenzialità rurale: esso è essenziale per la sopravvivenza di molte aziende gestite da conduttori part-time, od in età avanzata e, mantenendo in vita anche le microaziende, che i piccoli proprietari non sarebbero in grado di mandare avanti da soli, poiché non potrebbero compiere tutte le operazioni, impedisce che essi si trasferiscano nelle zone urbane, favorendo il degrado dell'ambiente rurale.

Allo stesso tempo, però, può crearsi il problema della riduzione dei redditi agricoli, a favore del settore dei terzisti, che diventano i principali percettori dei profitti, lasciando all'impresa agricola la sola rendita.

Il contoterzismo è evidentemente un fenomeno di netta rilevanza per l'agricoltura, in quanto evita una forte crescita produttiva del singolo imprenditore, data dall'efficienza delle tecniche, contribuisce a ridurre la rigidità dei costi, facilita l'introduzione di innovazioni di prodotto e di processo in agricoltura e ne rende possibile l'utilizzo a tutte le aziende, indipendentemente dalle loro dimensioni; rende più tempestivi e flessibili la modificazione e l'adeguamento dell'organizzazione aziendale alle sempre più mutevoli esigenze del mercato e degli operatori economici.

Il contoterzismo consente di razionalizzare l'utilizzazione delle risorse, poiché sfrutta in modo più adeguato i capitali investiti: i mezzi meccanici sono utilizzati in modo più efficiente e razionale, perché impiegati nelle operazioni loro più congeniali.

Tale fattore svolge inoltre un importante ruolo di raccordo tra la domanda di innovazione meccanica da parte delle imprese agrarie e l'offerta da parte delle industrie produttrici di macchine: velocizzando la circolazione delle informazioni spinge l'industria verso le esigenze del settore agrario e agevola l'introduzione delle innovazioni tecnologiche, anche nelle piccole e medie imprese.

2.8.3. Un elemento necessario nell'agricoltura multifunzionale

Con il contoterzismo l'agricoltura ha creato un servizio che le è stato utile e che sempre più le servirà, anche perché i mezzi tecnologicamente più avanzati sono rappresentati da macchine molto potenti e versatili, ma aventi un prezzo d'acquisto ed un costo di gestione proibitivi per la stragrande maggioranza degli agricoltori, ma a volte anche per le imprese terziste. Dovranno quindi attivarsi strategie comuni tra agricoltori e contoterzisti, per accrescere la capacità di associazione sia fra le imprese agromeccaniche già presenti sul territorio, sia fra contoterzisti e gli stessi agricoltori.

La collaborazione economica e gli accordi interprofessionali tra agricoltori e contoterzisti rappresentano l'unica strada per raggiungere nuove economie di scala e l'offerta di una sempre più vasta gamma di servizi, evitando che le inefficienze economiche del contoterzismo si riversino sul settore agricolo, attraverso un aumento delle tariffe dei servizi stessi, che, ancora una volta, andrebbero a gravare sui piccoli agricoltori, creando una ulteriore disfunzione del sistema.

2.9. La diversificazione

La diversificazione in agricoltura costituisce un ulteriore elemento della multifunzionalità e può essere intesa come:

1. diversificazione delle attività: riguarda il settore agricolo in generale e significa, innanzitutto, apertura dello stesso verso gli altri settori dell'economia. Con ciò l'agricoltura è portata a realizzare prodotti non solo per l'uso alimentare e anche ad impiegare la popolazione, che comunque resta rurale, in attività diverse o, addirittura, in settori diversi, quindi ad ampliare la gamma delle attività svolte nel settore, le quali contribuiscono a diversificare i redditi degli agricoltori, a mantenere un determinato livello di popolazione nelle zone rurali e ad assorbire la quantità di occupazione in eccesso del primo settore;

2. diversificazione delle produzioni: si propone più specificamente all'interno delle singole aziende agricole e può essere di due tipologie:

   a) diversificazione orizzontale: o ampliamento della gamma produttiva. Ciò consiste nella realizzazione di nuovi prodotti e/o servizi, di tipo diverso da quelli già realizzati; oppure nella scelta di produrre ulteriori varietà dei prodotti e/o servizi già presenti per rispondere sempre più esattamente alle richieste dei consumatori;

   b) diversificazione verticale: è il tentativo di mantenere o di rendere, per quanto possibile, interne all'impresa tutte le fasi del processo, non solo produttivo, ma anche la fase della vendita, ad esempio. In tal modo si ottengono prodotti e/o servizi il più possibile personalizzati ed unici, non solo nel loro aspetto esteriore e quindi nell'immagine, ma anche, e soprattutto, nelle caratteristiche qualitative;

3. diversificazione dei redditi: può essere intesa come conseguenza delle prime due tipologie di diversificazione, in quanto l'agricoltore, svolgendo numerose attività, avrà, potenzialmente, da ciascuna di esse il dovuto ritorno in termini monetari, quindi il suo "portafoglio" sarà composto dai redditi di provenienza diversa, appunto prodotti dalle diverse attività e produzioni.

Ciò presuppone, per le aziende, una diversa organizzazione, diretta alla continua ricerca di metodi di produzione nuovi, che assicurino fra l'altro una adeguata remunerazione alla propria attività; a livello di intero settore poi, è necessario attivare tutta una serie di azioni di cooperazione, complementarietà e partecipazione, per assicurare l'elaborazione di politiche di sviluppo del settore

agricolo integrate e coordinate con quelle degli altri settori e con quelle ambientali, al fine di evitare il generarsi di forme di esternalità negative, a causa di pratiche produttive (anche agricole) non oculate, le quali avrebbero come conseguenze conflitti sociali, oltre che, naturalmente, danni per l'ambiente.

2.10. Innovazioni

Tra i fattori che hanno contribuito all'aumento della produttività in agricoltura dal secondo Dopoguerra ad oggi, il principale è sicuramente il progresso tecnico, il quale ha messo a punto e diffuso nuove tecnologie ed ha comportato profondi cambiamenti in agricoltura: nuovi metodi di organizzazione e gestione aziendale, l'introduzione di nuovi prodotti e servizi ed il miglioramento della loro qualità, la modificazione del processo produttivo, nel senso dell'adozione di sistemi più rispettosi dell'ambiente e della sperimentazione di metodi di coltura e di allevamento rivolti alla conservazione del territorio e al benessere degli animali; l'offerta di servizi socialmente utili per il recupero ed il successivo reinserimento nella società di persone con problemi fisici e psichici, servizi per il tempo libero.

È necessario però, chiarire innanzitutto che cosa si debba intendere per innovazione: essa prima di tutto non deve essere confusa con l'invenzione. Quest'ultima infatti significa principalmente creazione di nuove idee e conoscenze, come risultato finale di un lavoro di ricerca. L'invenzione può essere considerato il primo stadio di un processo attraverso il quale si arriva all'innovazione: per giungervi sono necessari un ulteriore processo di ricerca, lo sviluppo tecnologico, prove e tentativi, collaudo dei prototipi, controlli ed adattamenti a particolari situazioni e realtà, indagini di mercato. Solo alla fine, se si giudica l'oggetto (il prodotto, il servizio, il processo, la tecnica, ecc.) effettivamente utile, esso diventa una innovazione e viene messa a disposizione della collettività[41]. A questo segue tutto il processo decisionale che porta all'adozione, o meno, dell'innovazione e poi alla sua diffusione nella società[42].

L'innovazione, in breve, si concretizza nel ricorso a nuovi prodotti, nuovi mezzi, nuove tecniche colturali o di allevamento, nuove forme organizzative e gestionali dell'azienda agricola, ecc. Essa è in definitiva una sorta di

---

[41] Nell'agricoltura moderna costituiscono innovazione la selezione delle sementi, i prodotti chimici (pesticidi, concimi, ecc.), le tecniche di coltivazione e di allevamento, i mezzi meccanici, le nuove tecniche di edilizia rurale, le biotecnologie e l'ingegneria genetica. A queste bisogna aggiungere le innovazioni relative alla contabilità, ai processi decisionali, alle pratiche amministrative ed alla organizzazione del lavoro, adeguate opportunamente per essere utilizzate dagli agricoltori.

[42] Il processo che conduce l'agricoltore alla decisione di adottare, o meno, un'innovazione, si compone di due fasi:

fase "pre-attiva": l'agricoltore in questione, in questa prima fase, è disponibile a ricevere informazioni sulle possibilità esistenti, sulle quali non ha ancora le idee chiare;

fase "attiva", o decisionale: a questo punto avviene la scelta di accettazione o rifiuto dell'innovazione.

La decisione è influenzata da vari elementi, non solo economici, ma anche sociologici e psicologici, oltre che personali, cioè riferiti alla particolare situazione in cui l'agricoltore, che deve scegliere, si trova. Se egli ritiene l'innovazione interessante, richiederà nuove informazioni allo scopo di conoscerne tutte le caratteristiche e di verificarne l'adattabilità alla sua azienda; in caso contrario non sarà disponibile ad accettare ulteriori informazioni e rifiuterà l'innovazione. Jones, La diffusione delle innovazioni e i processi decisionali in agricoltura, Rivista di Economia Agraria, n. 3, settembre 1992.

cambiamento, imposto nella maggior parte dei casi dal mercato e realizzato attraverso la tecnologia ed il progresso tecnico.

2.10.1. Come si riconosce una innovazione

Concretamente, come si fa ad individuare una innovazione? L'elemento distintivo principale si può probabilmente riscontrare nella diminuzione delle ore di lavoro. Potrebbe apparire, questa, un'unità di misura forse troppo ovvia e semplicistica, ma ha il vantaggio di essere di chiara ed immediata lettura e riduce i rischi di incertezza ed ambiguità di interpretazione. Si può perciò utilizzare tale variabile come primo elemento di individuazione, a cui far seguire ulteriori analisi del caso.

Secondo questa variabile, quindi, si ha innovazione quando, nel corso del tempo, si riduce la quantità di ore di lavoro necessarie per realizzare una unità di un determinato prodotto[43]: se ad esempio in passato si impiegavano cinquanta ore per produrre un quintale di prodotto e oggi ne servono venti, significa che è intervenuta una innovazione[44].

Ci sono altri elementi che permettono di riconoscere una innovazione: essa, oltre ad offrire migliori risultati economici, deve anche apparire nuova e diversa agli occhi della collettività, deve, insomma rappresentare una novità nel contesto sociale. L'innovazione deve, infine, consentire all'uomo di perseguire specifici obiettivi nella società in cui opera e, quando l'innovazione viene attuata, il contesto sociale stesso subisce una trasformazione.

2.10.2. Perché si adotta una innovazione?

I motivi che spingono un'azienda agricola all'adozione di una innovazione possono provenire dal mercato, sul quale si possono spuntare prezzi migliori per un prodotto nuovo o diverso, o per un prodotto, o servizio, ottenuto con tecniche nuove; oppure dalle stesse richieste dei consumatori che pretendono un maggiore livello qualitativo di prodotti e servizi e l'utilizzo di tecniche rispettose dell'ambiente e degli animali. Volendo fare una classificazione si possono individuare le seguenti categorie:

1. <u>innovazioni di prodotto</u>: si intende l'offerta di nuovi prodotti e/o servizi, o degli stessi prodotti del passato, ma valorizzati e migliorati qualitativamente, in risposta alle cambiate esigenze del consumatore; ad esempio prodotti ottenuti con tecniche rispettose

---

[43] È necessario considerare sia il "lavoro diretto", cioè quello impiegato per la realizzazione del prodotto, sia il "lavoro indiretto", ossia quello necessario alla produzione dei mezzi impiegati nel processo produttivo, dal quale si ottiene il bene in questione.

[44] Esistono in realtà due scuole di pensiero che si sono occupate dell'individuazione di criteri di valutazione per le innovazioni, una neoclassica, o marginalista, l'altra neoistituzionalista, o evolutiva-istituzionale. La prima afferma che si ha una innovazione quando si realizza, con la stessa quantità di un fattore, un maggior livello di produzione. La seconda, invece, centra la sua analisi sull'organizzazione dell'impresa, sui costi per l'acquisizione delle informazioni e su quelli transazionali, relativi ai contratti di vendita e di acquisto.
Le due teorie non permettono una valutazione completa e veritiera dell'innovazione, in quanto quella neoclassica presuppone una visione "atemporale" del cambiamento tecnologico; mentre l'altra enfatizza troppo l'aspetto organizzativo dell'azienda e tralascia quello produttivo, quando, invece, questo costituisce, a maggior ragione, terreno di innovazioni.

dell'ambiente e del benessere degli animali, o prodotti tipici locali, o regionali, ottenuti con tecniche tradizionali, perciò particolarmente apprezzati e ricercati;

2. innovazioni di processo: riguardano l'introduzione di un processo produttivo del tutto nuovo, o la modificazione di una sua parte, in modo che risulti un sistema sconosciuto nel luogo, in quanto consente di ottenere un prodotto o servizio che prima non si realizzava, o con il quale si ottengono gli stessi prodotti, ma a costi ridotti e/o di migliore qualità, quindi con l'utilizzo di tecniche nuove e più affinate.

Sono inoltre da tenere in considerazione ulteriori tipi di innovazioni, soprattutto in vista della multifunzionalità dell'agricoltura:

3. innovazioni nell'attività dell'agricoltore: consiste nella scelta, da parte dell'agricoltore, di internare e personalizzare il più possibile le fasi che vanno dalla materia prima alla vendita al consumatore finale. L'agricoltore punta in questo caso ad occuparsi anche dell'aspetto commerciale, istituendo un punto vendita in azienda, o accordandosi con altri produttori per creare un punto vendita in posizione strategica (area turistica o di passaggio) in cui collocare i propri prodotti, insieme a quelli degli altri;

4. innovazioni nell'offerta di servizi: qui c'è da sbizzarrirsi, come già detto in precedenza, sulla vasta gamma di servizi che possono provenire da una agricoltura praticata in modo multifunzionale. Di essi si cercherà, in questa sede, di fare un breve riepilogo:

- servizi per lo svago ed il tempo libero: vanno dall'agriturismo, allo svolgimento di attività sportive e ricreative, alla sperimentazione e partecipazione diretta alla vita di campagna, ai tour degustativi, ecc.;

- servizi di assistenza e didattici: rivolti ai bambini delle scuole, ma anche a tutti gli altri, come ad esempio l'esperienza delle baby-sitter in fattoria, sperimentata in Olanda;

- servizi riabilitativi e di recupero: per i malati fisici e mentali, per i tossicodipendenti e per la delinquenza minorile;

- servizi di informazione alla collettività, allo scopo di sensibilizzare la stessa verso i problemi ambientali e di sanità.

2.11. Il ruolo dei giovani in agricoltura

Un elemento che caratterizza particolarmente l'agricoltura europea, ma in generale tutte le agricolture dei paesi sviluppati, è la scarsa presenza dei giovani e, come conseguenza, il fatto che la grande maggioranza delle aziende è

condotta da persone in età avanzata. Ciò non solo per quanto riguarda gli imprenditori agricoli, poiché, anche tra i salariati, i giovani sono quasi assenti.

Tale situazione è stata provocata, ad iniziare dagli anni della nascente industrializzazione (anni '50 – '60 in Italia) dal fatto che i settori nascenti, l'industria soprattutto, attraevano i giovani lavoratori con prospettive di guadagno più alte, ma soprattutto certe, sottraendoli così all'agricoltura: si è quindi generato un vero e proprio esodo dal primo settore, che ha comportato la senilizzazione e quindi la marginalizzazione dell'offerta di lavoro agricolo.

Ancora oggi, nonostante qualche cambiamento sia avvenuto, o sia, comunque, in atto, la presenza di persone in età avanzata in agricoltura resta elevata e il numero dei giovani non aumenta.

La tabella 5 mostra come i conduttori di aziende agricole siano maggiormente concentrati in classi di età anziane e più scarsi tra i giovani, i quali, invece, si dirigono verso altri settori dell'economia.

Il mestiere di agricoltore è considerato precario, in quanto non dà sicurezza reddituale, e duro e faticoso da praticare, per cui non attrae.

Il fenomeno, come detto più sopra, non è recente, in quanto è iniziato a partire dagli anni della ricostruzione del dopoguerra; dunque, quello della senilizzazione è un elemento che si è insinuato nell'agricoltura da lungo tempo e che ancora vi permane, non solo nel nostro paese: se si prende in considerazione l'Europa, si nota che l'8,3% degli imprenditori agricoli ha un'età inferiore a 35 anni, mentre ben un quarto degli agricoltori attivi ha più di 65 anni[45].

Tabella 5: distribuzione per classi di età dei conduttori di aziende agricole in Italia, 1990

Classi di età	Numero conduttori aziendali	Percentuale
14 – 24	17.070	0,6%
25 – 34	133.267	4,6%
35 – 44	379.600	13,0%
45 – 54	610.824	20,9%
55 – 59	400.703	1,7%
60 – 64	435.010	14,9%
>=65	945.980	32,4%
Totale	2.922.454	100,0%
14 – 34	150.337	5,1%
35 – 54	990.424	33,9%
55 – 64	835.713	28,6%
>=65	945.980	32,4%

Fonte: dati Istat, 1990.

La situazione in Italia non è molto diversa: i conduttori aziendali in agricoltura con più di 65 anni sono quasi un terzo del totale (32,4%), mentre quelli con meno di 35 anni sono poco più del 5%. Da notare, inoltre, che se si considerano tutti quelli con più di 55 anni, si arriva addirittura ai due terzi del totale[46].

L'industria nascente italiana degli anni '50 – '60 ha attratto soprattutto i giovani di sesso maschile, sia perché più istruiti, sia perché più versatili e meno attaccati ai luoghi d'origine, rispetto alla popolazione femminile e quella anziana.

[45] Fonte: AEIDL, 1999.
[46] Fonte: Istat, 1991

Con il tempo, all'esodo è seguita una carenza della forza lavoro in agricoltura, dovuta all'invecchiamento degli agricoltori, che uscivano dalle fila dei lavoratori nel settore, senza essere rimpiazzati dai giovani.

Oltre alla mancanza di braccia, il pericolo è rappresentato anche dal fatto che una forza lavoro in prevalenza anziana comporta conseguenze negative in termini di efficienza, produttività e di propensione all'innovazione ed al rischio nel settore. In effetti i giovani rappresentano quella parte di popolazione più intraprendente (ciò succede non solo in agricoltura, ma anche negli altri settori), più propensa a mettere in atto dei cambiamenti, ad introdurre innovazioni, per raggiungere determinati obiettivi, quantitativi, o più spesso oggi, qualitativi e per fare questo sono anche disposti a correre dei rischi. Cosa che invece non succede agli agricoltori anziani, i quali continuano a praticare l'attività tradizionalmente intesa, accontentandosi di margini bassi, ma certi, piuttosto che di entrate elevate, ma non sicure.

I giovani che entrano in agricoltura, inoltre, se provengono da altri settori, possono apportare le conoscenze e l'esperienza acquisite, come l'imprenditorialità, la capacità di acquisire notizie ed informazioni, di sfruttare determinate risorse, di stabilire contatti e rapporti, e così via.

In definitiva, con la permanenza di anziani in agricoltura è la parte tradizionale del settore che tende a predominare, mentre con il ricambio generazionale si avrebbe anche un rinnovamento del settore stesso. Queste sono, dunque, le motivazioni principali per le quali occorre dare un nuovo slancio all'agricoltura, in modo che la popolazione giovane ne sia attratta e decida di entrare in questo, piuttosto che in altri settori.

Quello dell'agricoltore è, difatti, un mestiere in evoluzione costante, ma si può evolvere a condizione che vi siano persone che lo permettono: chi svolge questo mestiere ha bisogno di una formazione continua ed appropriata, in modo che possa rispondere nel migliore dei modi alle esigenze della collettività, dettate oggi dalle condizioni di benessere in cui essa vive. L'agricoltore deve in pratica essere polivalente: non solo produttore di beni alimentari, ma deve essere capace di svolgere anche tutte le funzioni e deve saper ricoprire tutti i ruoli, propri dell'agricoltore multifunzionale ed i giovani sono, in tal senso, un elemento essenziale nel settore agricolo.

2.11.1. Fattori di attrazione del settore

La produttività del lavoro dei giovani è decisamente più alta di quella della componente anziana: le aziende condotte dai primi hanno infatti dimensioni economiche maggiori e producono un reddito che si aggira sui 15 milioni di lire, contro una media nazionale di 11 milioni[47]. Rispetto al reddito prodotto dalle aziende condotte da anziani (persone con più di 65 anni), quello prodotto da aziende condotte da giovani addirittura raddoppia, a parità di giornate lavorate in azienda (intorno alle 170 all'anno). Ciò significa che le imprese condotte da giovani sono più dinamiche e l'attività è svolta in modo tale da sfruttarne tutte le potenzialità, mentre in quelle di anziani non è detto che i fattori della produzione siano utilizzati al massimo della loro capacità produttiva.

[47] Dati Istat, IV Censimento dell'agricoltura 1991. È da notare che i valori citati sono estremamente modesti, se confrontati con gli altri settori dell'economia e testimoniano l'esistenza, non solo di marginalità e frammentazione, ma anche di componenti reddituali extra–agricole nel mondo rurale.

La presenza dei giovani in agricoltura dà avvio ad una sorta di circolo virtuoso, per cui i giovani restano in questo settore se le condizioni di efficienza sono tali da non far preferire loro un'occupazione in un settore diverso dell'economia; ma una volta entrati, con la loro formazione, le loro capacità imprenditoriali e di iniziativa, contribuiscono a migliorarne le strutture produttive[48]: ciò che per loro conta è il confronto intersettoriale della redditività e delle altre condizioni di lavoro; confronto che peraltro quasi mai risulta favorevole al primo settore dell'economia, se non altro a causa del minor numero di ore richiesto da tale attività.

Altri fattori motivazionali, dunque, devono poter spingere i giovani ad interessarsi all'agricoltura: questi possono essere ritrovati anzitutto nel fatto che gli altri settori hanno raggiunto, sin dagli anni '80 e ancora di più negli anni '90, una fase di maturità in termini di posti di lavoro, per cui non è più facile trovare occupazione nell'industria, anche a causa dell'utilizzo di una sempre crescente tecnologia, che ha consentito un risparmio notevole di forza lavoro.

Di conseguenza i giovani, posti di fronte all'alternativa se abbandonare l'azienda agricola di famiglia per avventurarsi negli altri settori, o continuare quell'attività, scelgono quest'ultima, che alla fine rimane la più sicura. Ciò succede, però, anche a chi non vanta nessun passato in agricoltura.

Ancora di più il settore attira i salariati, che finiscono per trovare un impiego nel primo settore più facilmente che in altri.

Le difficoltà principali che un giovane, che decide di entrare in agricoltura, incontra, sono quelle relative all'acquisto dei fattori della produzione: terra e capitale, che costituiscono una somma tanto consistente, quanto necessaria all'avvio dell'attività.

Però l'attività agricola è anche ricca di vantaggi, come la possibilità di fare uso dell'abitazione, l'autoconsumo dei beni prodotti, che riducono alcune voci di spesa nel bilancio familiare, la vita in un ambiente sano, e così via.

Oltretutto per cercare di riparare ai lati negativi, come l'irregolarità di fondo dell'attività, specialmente nell'ultimo decennio, il settore agricolo si è diretto verso un sistema di integrazione intersettoriale, nel senso che i componenti delle famiglie agricole si articolano tra impiego in agricoltura ed in altri settori dell'economia, cosicché il reddito familiare risulta diversificato, quindi integrato e più soddisfacente.

Ciò deriva da una maggiore flessibilità delle famiglie agricole, che si danno nuove forme di organizzazione: si ha così il fenomeno della pluriattività, che si è largamente diffuso in tutta l'agricoltura italiana a partire dagli anni '80: grazie ad essa è possibile, da parte dei componenti familiari, diversificare il reddito e redistribuire il tempo in modo ottimale tra i vari impieghi, il che permette loro di permanere nel settore e di continuare a praticare l'attività agricola.

Questa forma di integrazione è molto vantaggiosa, infatti risulta che il reddito delle famiglie pluriattive è mediamente più alto di quello delle famiglie con impieghi solo extra-agricoli, soprattutto se i conduttori delle aziende agricole sono giovani[49].

Altri elementi di attrazione del settore agricolo nei confronti dei giovani consistono in una rinnovata considerazione dell'attività di agricoltore da parte della società: l'agricoltura non è più oggi indice di ignoranza, fatica ed incertezza,

---

[48] Barberis, Siesto, 1993.

[49] Fonte: dati Istat, Censimento generale della popolazione 1990.

ma piuttosto di integrazione, vita sana, qualità e benessere, rispetto dell'ambiente e cura del paesaggio rurale.

Ciò grazie soprattutto al miglioramento delle condizioni di vita nelle campagne e dei collegamenti e trasporti tra città e campagna, all'integrazione tra realtà urbana e rurale e alla riscoperta di un'attività che esalta le capacità individuali e professionali.

Negli anni '80, in definitiva, si registra un'inversione di tendenza, che però non è ancora sufficiente ad avviare un riequilibrio e un vero cambiamento: per garantire il ricambio generazionale e la sopravvivenza del settore, dunque, è necessario un più cospicuo numero di giovani.

2.11.2. Le misure dell'UE a favore dei giovani agricoltori

La generale tendenza all'invecchiamento del settore agricolo, nonostante una sorta di cambiamento originatosi negli anni '80, può essere meno comprensibile se si pensa che l'UE prevede politiche strutturali a favore dell'insediamento dei giovani agricoltori fin dagli anni '70.

Le cause del mal funzionamento e del loro scarso successo possono essere ricercate nello scarso interesse, anche dal punto di vista monetario, dedicato ad esse all'interno della PAC.

Nel corso delle revisioni della politica agricola comune degli ultimi anni, però, tali tematiche sono state riprese e hanno ottenuto una maggiore considerazione, ad esempio attraverso un riorientamento della politica settoriale, verso forme di aiuto diretto al reddito, che dovrebbero favorire la presenza dei giovani nel primo settore dell'economia.

Più specificamente, l'Unione Europea, ha progressivamente messo a punto una serie di strumenti di sostegno a favore dell'insediamento dei giovani agricoltori, che sono considerati essenziali per avere un settore agricolo dinamico, ma anche per un mondo rurale vitale[50].

Tali forme di aiuto consistono nelle misure qui di seguito elencate:

1. <u>premi per l'insediamento dei giovani agricoltori</u>: consistono in forme di sostegno per gli investimenti necessari a rilevare le aziende agricole da parte dei giovani. Sono concessi a condizione che chi rileva l'azienda abbia meno di 40 anni di età e non abbia mai esercitato alcuna attività di tipo agricolo. Vi sono due tipi di aiuto all'insediamento:

   - un premio unico di importo massimo pari a 25.000 EURO;

   - una riduzione sugli interessi per i prestiti contratti;

2. <u>prepensionamento</u>: per contribuire a un ricambio generazionale nel settore agricolo, tramite la corresponsione di incentivi agli anziani che vogliano ritirarsi dall'attività agricola, per lasciare posto ai giovani. L'aiuto consiste in una somma massima di 150.000 EURO

[50] I premi per l'insediamento dei giovani agricoltori sono previsti dal Regolamento CE n. 1257/99 del Consiglio, sulle misure di sostegno allo sviluppo rurale e sono erogati dal FEAOG, Fondo Europeo Agricolo di Orientamento e Garanzia.

per il cedente, massimo per una durata di quindici anni, con pagamenti annuali. Il lavoratore agricolo riceve un premio totale di 35.000 EURO (3.500 per lavoratore per anno), corrisposti in un tempo massimo di dieci anni. L'aiuto viene elargito a patto che il cedente abbia compiuto il 55esimo anno di età e fino a quando non ha compiuto i 75 anni; il lavoratore agricolo, invece, può ricevere il contributo non oltre l'età pensionabile;

3. formazione: perché nel settore agricolo si respiri aria nuova e l'attività dia dei risultati, è necessario che gli agricoltori, in particolare i giovani, ricevano un'adeguata formazione professionale. Le azioni di formazione sono in particolar modo dirette alla promozione dei prodotti di qualità e ai metodi di produzione rispettosi dell'ambiente. Le misure riguardano tutti coloro che sono impegnati in attività agricole e nella riconversione di aziende tradizionali. Altre azioni di formazione riguardano la preparazione dei silvicoltori e degli altri addetti ad attività forestali per il miglioramento delle funzioni economiche, ecologiche e sociali delle foreste.

Tutte le misure in favore dei giovani agricoltori sono finanziate dal FEOGA, sezione garanzia, per il periodo 2000 – 2006 e fanno parte delle misure di sviluppo rurale previste in Agenda 2000.

2.12. Il modello agricolo americano[51]

Prima di concludere questa parte, credo sia interessante lanciare un sguardo al di là dell'Oceano per capire com'è organizzato e quali sono le caratteristiche principali del modello agricolo statunitense, dal momento che gli USA sono i maggiori concorrenti dell'UE in agricoltura sul mercato internazionale, ma, allo stesso tempo, il loro modello agricolo contiene notevoli differenze rispetto a quello europeo.

Innanzitutto va detto che la politica agricola USA è disciplinata da una legge chiamata Farm Bill[52], l'ultima delle quali è stata promulgata nel 1996 e regolerà la

politica agricola fino al 2002. Ciò che di tale legge salta all'occhio, è l'introduzione di misure "disaccoppiate" negli interventi in agricoltura, di misure, cioè, che mirano a salvaguardare il reddito degli agricoltori, ma che non sono legate né ai prezzi di mercato, né alle quantità prodotte.

Tale intervento è stato applicato, del resto, anche alla politica agricola europea, in particolare a cominciare dalla riforma della PAC del 1992, ma il processo di disaccoppiamento è continuato, in maniera anche più incisiva, pure se non ancora totale, con Agenda 2000. Ciò dipende dal fatto che, anche negli USA, così come nell'UE, gli interventi accoppiati hanno generato in passato il

[51] Ogni volta che in questo paragrafo e nei relativi sottoparagrafi, si parla di America, si intendono gli Stati Uniti e non l'intero continente.

[52] Tale dispositivo di legge, chiamato anche Fair Act (Federal Agriculture Improvement and Reform Act), definisce, ogni cinque anni, la politica agricola e le modalità di intervento pubblico in agricoltura.

problema dei surplus produttivi e dell'arricchimento delle grandi aziende agricole, le quali finivano per usufruire di tutti i finanziamenti e gli aiuti, a scapito dei piccoli agricoltori[53].

L'agricoltura americana, decisamente proiettata verso il mercato mondiale delle "commodities", non è stata capace di mantenere una organizzazione del mondo rurale di tipo familiare, infatti il numero delle aziende a conduzione familiare, o di piccola dimensione è molto basso rispetto al numero delle grandi aziende, cosa che non accade, invece, in Europa dove è vero che ci sono grandi aziende agricole che si occupano del commercio mondiale, ma in rapporto, il numero delle piccole aziende è infinitamente superiore.

Il tipo di agricoltura che prevale negli USA, almeno al giorno d'oggi, è dunque quella praticata da tali grandi società, industrializzata e standardizzata, oltre che intaccata dalle ricerche scientifiche e dalla tecnologia, che vengono applicate ai fini di ottenere rese maggiori e di allungare i periodi dei raccolti. Il numero totale delle aziende agricole negli USA è calato da 6.5 milioni nel 1935 a circa 2 milioni nel 1997 e quelle sparite sono essenzialmente di tipo familiare.

La tabella 6 mostra, appunto, che il mondo agricolo negli Stati Uniti è dominato da poche grandi società, condotte da partnership plurifamiliari, le quali realizzano la maggior parte del fatturato totale.

Tabella 6: tipologie di aziende agricole negli Stati Uniti, 1997.

Tipo di azienda	Numero	% di vendite sul totale	% di aziende sul totale
Aziende a produzione limitata, condotte da persone in età avanzata	1.300.000	9	63,8
Aziende a conduzione familiare	575.000	30	28,3
Società di persone o di capitali, a conduzione plurifamiliare	161.000	61	7,9
Totale	2.036.000	100	100

Fonte: University of Minnesota, 1997.

2.12.1. Un rapido excursus storico

L'idea del disaccoppiamento delle misure di sostegno nasce ufficialmente nell'UE con la riforma Mac Sharry, nel 1992, mentre negli USA vi furono proposte,

[53] Le principali tipologie di interventi "accoppiati" sono le seguenti:
loan rate: è il tasso al quale viene concesso un prestito agli agricoltori all'inizio dell'anno, che alla fine potrà essere restituito in denaro o, qualora il prezzo di mercato scenda al di sotto del loan rate stesso, in natura, conferendo il prodotto alla CCC (Commodity Credit Corporation), l'agenzia che eroga il prestito e che si occupa del ritiro della merce in surplus;
marketing loans: sono integrazioni di prezzo concesse quando il prezzo di mercato scende al di sotto del loan rate, allo scopo di evitare eccessivi accumuli di prodotto presso la CCC;
deficiency payments: pagamenti diretti agli agricoltori, calcolati sulla superficie di base aziendale e sulla resa storica di tale superficie; in tal senso costituiscono una forma di aiuti parzialmente disaccoppiati rispetto ai precedenti;
base acreage: è la superficie di base aziendale, che si considera coltivata per la partecipazione ai programmi di sostegno;
acreage Reduction Program: è il programma di set-aside, cioè l'obbligo di messa a riposo di una parte della superficie aziendale, decisa secondo le condizioni di mercato e partecipando al quale si ricevono degli aiuti.

poi bocciate in Congresso, già negli anni '40, ma allora si preferì aggiustare la situazione con i metodi tradizionali del sostegno dei prezzi e con l'introduzione di misure di controllo sull'offerta.

Nei decenni successivi si continuò, pur apportando delle variazioni, ad utilizzare misure sostanzialmente accoppiate.

A metà degli anni '80 alcune di tali misure vennero ridotte, per cui si ebbe, in qualche modo, una sorta di innovazione nelle politiche agricole, che però non costituì un grande cambiamento.

Alla fine di tale decennio, anche su spinta internazionale, da parte delle trattative del GATT, si introdusse l'idea del "decoupling" e, oltre a questo, per la prima volta si rivolse l'attenzione ai problemi ambientali e alle conseguenze apportate dall'impatto dell'attività agricola sul patrimonio naturale.

Sostanzialmente il Farm Bill del 1985 non costituisce un cambiamento rilevante per la politica agricola degli Stati Uniti, perché rimane bloccato alle misure accoppiate e, quindi, ad un modo tradizionale di erogare gli aiuti, pur se in alcune parti alleggeriti[54].

Si può quindi affermare che nel 1985 si costruiscono le premesse per gli sforzi di disaccoppiamento che sarebbero stati fatti nel decennio successivo.

Inoltre vengono considerate, seppur in modo ancora marginale, anche in termini di risorse finanziarie, le questioni ambientali, attraverso il Conservation Reserve Program (CRP)[55].

Il Farm Bill del 1990 contiene delle differenze, ma in realtà anche questa volta non si compiono grandi passi in avanti nella direzione del disaccoppiamento degli aiuti.

Viene di fatto introdotta una maggiore flessibilità nella scelta delle colture[56], e si intensificano le misure per la conservazione ambientale, Il CRP infatti viene ampliato e viene istituito un nuovo programma per la protezione delle zone umide

(WRP: Wetland Reserve Program), nonché uno dedicato alle risorse idriche (Water Quality Incentive Program), per la protezione della qualità dell'acqua e migliorare l'ambiente naturale.

Tutto sommato, quindi, benché siano stati introdotti elementi di flessibilità nella politica agricola, la scelta definitiva è ancora una volta quella di un approccio poco incisivo, al fine di incontrare la minore opposizione politica possibile.

---

[54] La misura più incisiva fu l'abolizione dell'obbligo di piantare su tutta la superficie di base la coltura oggetto di aiuti, con il sistema "50/92", in base al quale piantando tale coltura sul 50% della superficie, si riceveva comunque il 92% dei "deficiency payments". Nel 1987 il sistema diventò "0/92" e garantì la libertà di coltivazione o di usi conservativi di tutto il suolo agli agricoltori, senza compromettere il sussidio.

[55] Tale programma garantiva agli agricoltori il pagamento fino al 50% dei costi sostenuti per creare una copertura vegetale permanente in terreni sensibili dal punto di vista ambientale, al fine di prevenirne l'erosione. La compensazione, erogata per dieci anni, spesso ammontava al doppio del normale prezzo di affitto di tali terre.

[56] Il nuovo Farm Bill del 1990 annulla la corresponsione dei "deficiency payments" sul 15% della superficie di base, sulla quale però si può piantare qualunque coltura. Ciò può essere fatto anche su un ulteriore 10% della superficie aziendale, perdendo il relativo contributo soltanto per quell'anno.

2.12.2. Verso il cambiamento

Le novità arrivano con il Farm Bill del 1996, con il quale vengono introdotti i pagamenti compensativi disaccoppiati, sia dai prezzi di mercato che dalle quantità

prodotte, in sostituzione di quelli esistenti in precedenza[57], che vengono totalmente aboliti. Tali pagamenti sono inoltre regressivi, nel senso che prevedono una diminuzione graduale, anno per anno, fino al 2002.

Tale intervento segna il tramonto della politica agricola tradizionale ed è quindi una svolta, soprattutto perché costituisce una manifestazione della volontà di cambiamento, pure se, comunque, il tutto è avvenuto dietro la spinta internazionale nel corso dei negoziati agricoli del GATT all'Uruguay Round, durante i quali venne più volte criticato il modello tradizionale di agricoltura.

Dunque, con l'ultimo Farm Bill si assiste ad un ulteriore ampliamento dei programmi di protezione ambientale e di sviluppo rurale, anche in materia di incentivi, che vengono garantiti a chi compie azioni per il miglioramento della qualità ambientale.

Oltre a ciò gli strumenti tradizionalmente presenti nella politica agricola statunitense, vengono in parte aboliti ed in parte modificati nella direzione del disaccoppiamento e dell'aumento della flessibilità nelle scelte produttive degli agricoltori, i quali possono scegliere cosa e quanto produrre in base ai segnali di mercato. Il risultato di tale cambiamento è stato però parziale, in quanto molte superfici sono rimaste coltivate come in passato: gli agricoltori, ormai abituati ad un certo margine, non vogliono rischiare azzardando nuove colture. Infatti tale politica agricola non ha sostanzialmente incontrato alcuna opposizione, tranne la resistenza degli agricoltori, che non comprendono i vantaggi del passaggio ad un tipo di sostegno disaccoppiato.

In realtà la nuova politica non disaccoppia del tutto le misure di sostegno, che restano comunque legate alla superficie di base aziendale, per cui, in ogni caso, le grandi aziende continueranno a beneficiare della maggior parte del sostegno pubblico.

Criticabile è anche il mantenimento del programma di sovvenzione alle esportazioni[58], le cui misure sono poco utilizzate, dal momento che i prezzi agricoli degli USA sono notoriamente più bassi di quelli europei.

Gli effetti sui consumatori e sui contribuenti restano notevoli, in quanto la nuova politica agraria occupa una fetta considerevole delle spese di bilancio.

Ciò accade specialmente nell'UE, dove, a differenza degli USA, la maggior parte delle spese di bilancio sono destinate all'agricoltura, mentre negli USA il peso di tali spese sul totale è assai meno rilevante.

2.12.3. Un faccia a faccia tra due modelli di agricoltura

Venendo ad un confronto diretto tra il modello di agricoltura americano e quello europeo, c'è da dire che entrambi procedono verso il disaccoppiamento

---

[57] Si tratta dei "deficiency payments".

[58] Il programma EEP (Export Enhancement Program) fu introdotto con il Farm Bill del 1985, ufficialmente al fine di potenziare le esportazioni statunitensi, per controbattere la diminuzione delle loro quote sui mercati mondiali. Tale programma consente agli esportatori di vendere i prodotti agricoli sul mercato mondiale a prezzi inferiori di quelli degli Stati Uniti.

delle misure di sostegno agli agricoltori e che alla riduzione delle spese di bilancio si è preferito dare una svolta alla politica agricola tradizionale, infatti la spesa necessaria non solo non è diminuita, ma è addirittura cresciuta.

Quel che conta, però, non è tanto l'ammontare, quanto di trovarsi di fronte a spese sicure, quindi prevedibili e controllabili, obiettivo che non è stato pienamente raggiunto in nessuno dei due casi. In particolare nell'UE, dove le spese per l'agricoltura costituiscono la voce predominante in bilancio, si propende per un ammontare di spese sicuro, anche se maggiore, piuttosto che possibili, ma insicuri risparmi.

Dall'altro lato entrambe le politiche non modificano i criteri di distribuzione dei sostegni, che continuano a privilegiare le grandi imprese, nonostante l'attuazione di alcune misure di disaccoppiamento.

Infine bisogna riconoscere che entrambe le politiche rivolgono una più spiccata attenzione, anche in termini monetari, ai problemi ambientali e, soprattutto nel caso dell'UE, allo sviluppo rurale.

Tuttavia tra il modello di agricoltura europeo e quello statunitense sono più le differenze che le similitudini: innanzitutto il secondo è tutto sommato conservatore, perché incentrato sul tentativo di riuscire a combinare il sostegno dei redditi con il controllo dell'offerta di mercato; da ciò deriva il suo forte orientamento al mercato, che rimane sempre a fare da sfondo a qualsiasi tentativo di riforma della politica agricola. Ciò finisce per far passare in secondo piano la necessità di tutelare i redditi degli agricoltori in termini di stabilità, misura che, invece, andrebbe attuata attraverso un'organizzazione dei mercati e con gli aiuti diretti.

Il nuovo modello di agricoltura europeo, introdotto con la riforma Mac Sharry, e continuato con Agenda 2000, si distingue principalmente per il suo carattere multifunzionale, cioè per un tipo di agricoltura polivalente, per il ruolo che svolge nell'ambito dell'economia, del territorio e della società. Per questo motivo il Consiglio Europeo di Lussemburgo del 1997, ha affermato la necessità di preservarlo e svilupparlo in tutta Europa, oltre che nelle regioni in difficoltà.

2.12.4. Esperienze di "agricoltura alternativa" negli USA

Non mancano, anche negli Stati Uniti, tentativi, pur se recenti, di imboccare la strada dell'"alternative agriculture". Sono nate, infatti numerose organizzazioni ed associazioni dirette a promuovere un'agricoltura rispettosa dell'ambiente e la cura della salute umana, cercando di stimolare la popolazione a riscoprire il valore di un'alimentazione sana e naturale e ad avvicinarsi al mondo rurale; ciò soprattutto in conseguenza del fatto che negli USA, molto più che in Europa, la popolazione è fortemente concentrata nelle metropoli, quindi molto più lontana dalle campagne e non conosce affatto tale realtà.

L'agricoltura ha i suoi vasti e sterminati spazi, totalmente al di fuori e profondamente distante dalla realtà cittadina e non è certo praticata in un'ottica multifunzionale, ma piuttosto ai fini di ottenere una produzione di "commodities" da smerciare su tutti i mercati mondiali. Ciò ha creato, come del resto anche in Europa, il problema dell'abuso delle sostanze chimiche, motivo per il quale sono state fondate anche organizzazioni atte a far apprezzare un'agricoltura che riduce il consumo di tali prodotti, ai fini della protezione dell'ambiente e della salute umana. Gli esempi più conosciuti a tale proposito sono diversi.

La SARE (Sustainable Agriculture Research and Education)[59], è un'organizzazione nata su iniziativa dell'U.S. Department of Agriculture (USDA), con la quale si elargiscono contributi in favore di ricerche per un'agricoltura sostenibile e per iniziative didattiche su tali argomenti. Tale organizzazione ha messo a punto vari programmi come il SAREP (Sustainable Agriculture Research and Education Program)[60], che fornisce sostegno finanziario per la ricerca scientifica, al fine di incoraggiare gli agricoltori ed i consumatori della California a produrre, distribuire e consumare prodotti alimentari e non, in maniera sostenibile.

Grazie all'azione della SARE, sono nate varie iniziative di agricoltura dirette a procurare un reddito diversificato agli agricoltori, cioè proveniente da attività diverse che possono essere svolte in agricoltura. Ad esempio in Texas una famiglia di agricoltori ha abbandonato l'uso di prodotti chimici sugli allevamenti e ora vende le carni ai ristoranti della zona ed ha aperto un punto vendita nel paese, che attira una notevole clientela.

In Missouri i proprietari di un'azienda agricola organizzano, da vari anni, giornate di picking-up, durante le quali i "turisti rurali" possono scegliere il prodotto sulle piante, garantendo così ai visitatori piacevoli giornate in campagna e risparmiando, oltretutto, i tempi ed i costi della raccolta e della distribuzione.

Non mancano poi agricoltori che hanno aperto punti vendita in azienda, al fine di creare un rapporto diretto tra produttore e consumatore, nonché esperienze di agriturismo ed "intrattenimento rurale" per persone provenienti dalle metropoli, nelle quali si partecipa alle attività agricole, si sta a contatto con animali e piante, si svolgono battute di caccia e di pesca e così via.

Non bisogna poi dimenticare che, tra gli agricoltori americani, molto più che in Europa, si sta diffondendo l'uso di Internet, al fine di aumentare e diversificare le vendite, di ricercare nuovi mercati, di creare contatti e rapporti per avvicinare le distanze, per la cooperazione e così via.

L'ATTRA (Appropriate Technology Transfer for Rural Areas)[61] è un centro nazionale di informazioni e di assistenza tecnica per gli agricoltori, per i ricercatori in agricoltura e per altri professionisti del mondo rurale.

Il BIRC (Bio-Integral Resource Center)[62] promuove programmi di lotta integrata e consiglia metodi alternativi all'uso dei normali pesticidi.

Ad essi si aggiungono tutta una serie di organizzazioni ed enti, pubblici o privati, autori o promotori di altrettante iniziative, nonché siti Internet informativi e così via.

Altro fatto da non tralasciare è la cosiddetta "civic agriculture" che, pur non essendo una minaccia per l'agricoltura tradizionale e per l'industria di trasformazione dei prodotti agricoli, rappresenta comunque un modo innovativo di produrre e di distribuire le "commodities".

In pratica tale termine implica una produzione agricola basata sulla dimensione locale, che contribuisce allo sviluppo sociale ed economico della comunità coinvolta; ognuno dei componenti di tale collettività prende parte a tale sviluppo e quindi ne è responsabile in prima persona.

---

[59] SARE, si trova su Internet al sito http://www.sare.org.
[60] Il relativo sito Internet è http://www.sarep.ucdavis.edu.
[61] ATTRA, si trova sul sito Internet http://www.attra.org.
[62]Il relativo sito Internet è http://www.birc.org.

A differenza dell'agricoltura tradizionale, la "civic agriculture" non è industrializzata e, per tale motivo, non punta alle più alte rese. Essa ha, piuttosto, lo scopo di creare una rete di produttori agricoli che servano un mercato locale, cosicchè i consumatori non debbano più essere costretti ad acquistare beni prodotti altrove, ma possano scegliere quelli della zona. In definitiva si cerca, in tale maniera, di "rilocalizzare" il sistema agricolo americano.

Oltre a ciò la "civic agriculture" considera l'agricoltura come un aspetto preponderante, ma non totalizzante delle comunità rurali, che non si riducono alla sola produzione di "commodities"; gli agricoltori puntano più sulla qualità, che sulla quantità di prodotto, sull'utilizzo di processi ad elevato utilizzo di manodopera e di terra, più che di capitale, inoltre mirano a stabilire contatti diretti e di fiducia reciproca con i consumatori; la dimensione aziendale è mediamente ridotta rispetto alle aziende che producono per l'industria di trasformazione dei prodotti agricoli.

Nell'ambito della "civic agriculture" si dà spazio, tra l'altro, alla nascita di forme di accordo e di cooperazione tra i produttori, nonché alla nascita di distretti agricoli per prodotti specifici.

Dunque, anche negli Stati Uniti le numerose iniziative in corso fanno pensare che ci si sta muovendo verso un'agricoltura più orientata al consumatore, piuttosto che solamente al mercato. Non bisogna però dimenticare che tale transizione risulta tanto più difficile quanto più un sistema è ancorato alle leggi del mercato mondiale.

2.13. Un modello agricolo da preservare e diffondere

L'Unione Europea ha sempre più spesso ribadito, negli ultimi anni, l'importanza della preservazione del modello europeo di agricoltura, caratterizzato dalla promozione della multifunzionalità, da norme precise in termini di qualità e di sicurezza dei beni alimentari e, quindi, della salute umana, nonché da regole a favore della protezione dell'ambiente e della salvaguardia del paesaggio e dell'integrazione dell'agricoltura con il territorio, l'economia, l'ambiente e la società.

Il modello agricolo europeo, configurato negli ultimi anni e risultato delle più recenti riforme è, in sostanza, un sistema complesso che rispecchia ciò che l'agricoltura europea sarà nel prossimo futuro e che sta già avviandosi a diventare, e cioè:

- un'agricoltura competitiva a livello mondiale, man mano più indipendente da aiuti e sostegni, che sono tra l'altro sempre meno tollerati a livello internazionale;

- un'agricoltura sana e di qualità, che si basa sull'utilizzo di metodi di produzione rispettosi dell'ambiente, degli animali, del patrimonio naturale e della salute dell'uomo;

- un'agricoltura multifunzionale, che non si concentra più soltanto sulla produzione di beni alimentari, ma diversifica il più possibile la gamma di attività e quindi i redditi degli agricoltori e svolge

molteplici funzioni e servizi che consentono la vitalità del mondo rurale;

- un'agricoltura trasparente e decentrata, che parte dall'osservazione delle realtà locali ed è più attenta agli specifici problemi di queste; che è, oltretutto, più comprensibile per tutti, quindi più vicina a tutta la popolazione, non solo a quella rurale.

CAPITOLO 3
IDEE INNOVATIVE NELL'AGRICOLTURA DELLE MARCHE

3.1. Quale metodologia?

Quando ci si accinge ad impostare una ricerca è logico affidarsi ad una metodologia, ossia ad un metodo, una serie di criteri in base ai quali raccogliere le informazioni, così da portare avanti un lavoro coerente e in maniera da avere, alla fine, delle informazioni che siano confrontabili, in quanto aventi degli elementi in comune.

Tale metodologia può già esistere ed essere già stata utilizzata per altri lavori: se questa soddisfa, nel senso che attraverso di essa si riesce a cogliere tutti gli aspetti che si vogliono rilevare, può essere semplicemente presa in considerazione così com'è, o, in caso contrario, si possono apportare dei correttivi che la rendano più idonea alla realtà che si va ad esaminare.

Esiste però una terza possibilità, che viene adottata qualora nessuna delle metodologie esistenti, o di cui si è a conoscenza, permette di evidenziare una situazione o un aspetto che, di quella situazione, si vuole studiare, ed è quella di inventarne una nuova, o quantomeno di darsi delle regole secondo le quali agire, dei parametri entro i quali muoversi, al fine di impostare delle linee guida che permettano di seguire un filo logico durante tutto il percorso di svolgimento del lavoro.

3.1.1. È solo un punto di partenza

Questo lavoro intende porre una base, offrire alcuni spunti di riflessione, ai quali far seguire indagini più avanzate e ricerche più estese su questi temi di estrema attualità e su un fenomeno che si sta rivelando effettivamente interessante e di un consistente spessore, quale quello delle idee imprenditoriali innovative in agricoltura nella regione Marche.

La ricerca non parte da alcuna metodologia assegnata, essa costituisce piuttosto il tentativo di individuarne una: in effetti ciò che si è voluto fare con questo lavoro è cercare di determinare quali fossero gli elementi sui quali costruirla.

Si è così iniziato con l'individuazione di quei casi di agricoltura, più originali ed innovativi, cioè di quelle aziende gestite da produttori con un forte spirito creativo, che sono stati capaci di dare alla loro azienda una notevole vitalità economica, giocando la carta della multifunzionalità.

La selezione doveva puntare essenzialmente su quelle aziende che destavano un interesse, una certa curiosità, per il fatto che avevano introdotto qualche elemento al loro interno, che poteva essere riconosciuto come innovazione: un metodo produttivo originale o a basso impatto ambientale, un processo produttivo nuovo, sistemi di produzione tradizionali, nel rispetto, però, delle regole comunitarie, oppure aziende che vantano un tipo di organizzazione o una gestione particolari, aziende che abbiano ammodernato l'attività tradizionale, o che abbiano aperto l'ingresso a nuove forze professionali nel sistema

produttivo, organizzativo, gestionale e così via. Tutti elementi, questi, che costituiscono premesse necessarie al successo.

Ciò che ha determinato la decisione di non agire secondo un criterio metodologico già scritto è stato più che altro il fattore novità delle esperienze e delle attività svolte, ma una certa influenza l'ha avuta anche il fatto che, almeno nella regione Marche, ma credo che la situazione sia più o meno la stessa anche nelle altre regioni, non esiste ancora un numero di aziende, con queste caratteristiche, tale da poterne ricavare una rappresentatività statistica, è dunque impossibile raggiungere un campione rappresentativo.

3.1.2. Una selezione affidabile

Per la scelta delle aziende da intervistare ci si è affidati alla COPAGRI Marche, organizzazione professionale agricola, disponibile a collaborare alla ricerca.

Alcuni tecnici hanno provveduto alla selezione delle aziende e quindi alla fissazione degli incontri, durante i quali ho potuto rivolgere delle domande agli imprenditori agricoli in questione. La scelta ha riguardato, per lo più, le aziende associate all'organizzazione stessa, ma, dal momento che non si cercava la rappresentatività, riferirsi a tali esperti è stato senz'altro positivo, anche se questa potrebbe sembrare una soluzione avente effetti distorsivi e quindi non rappresentativa, in quanto solo una parte delle aziende agricole della regione ovviamente vi aderiscono.

Ciò ha consentito, però, di ottenere una selezione delle aziende, senz'altro più affidabile di una fatta da chi non conosce la realtà che si accinge ad indagare. Inoltre i contatti sono stati più facili e tramite l'esperto è stato possibile risparmiare i tempi della ricerca materiale di tali aziende, che molto spesso sono localizzate in luoghi a dir poco nascosti e sperduti.

La novità della "metodologia", che questo lavoro pretende di iniziare ad impostare, è che non si vuole fare su queste aziende un'indagine statistica campionaria, per arrivare a determinarne una classe ben definita, contraddistinta da elementi standard; né, al contempo, si vuole stilarne una semplice e mera elencazione, né, ancora, una rassegna. L'intento è piuttosto quello di descrivere i casi imprenditoriali, attraverso la ricerca delle loro diversità e peculiarità e l'identificazione di quegli elementi socio-economici che hanno guidato il comportamento e le scelte dell'imprenditore.

Perciò il questionario non contiene solo domande generali, ma scende anche nei particolari tecnici ed economici: si intende tentare, con questo, di offrire alcuni spunti sui quali impostare un percorso metodologico nuovo, che consenta di individuare, attraverso l'analisi di elementi specifici, tali casi innovativi.

Di tali casi si ricerca poi anche il grado di ripetibilità: tale termine sta a significare il tentativo di capire se, al di là del successo dell'azienda esaminata in sé, un'esperienza simile, magari fatta con criteri diversi, possa essere praticata da altri soggetti nella stessa zona, o in altre, che intendano inserirsi in agricoltura. Dunque, a livello pratico, è necessario stabilire se l'attività sfrutta tutte le risorse disponibili nell'ambiente di collocazione; se è economica, nel senso che i fattori della produzione sono utilizzati al meglio delle loro potenzialità; se è di successo, cioè se, praticata secondo determinate regole, è in grado di garantire soddisfazioni anche di carattere economico; se i beni e/o servizi

prodotti sono richiesti dai consumatori e così via. Tutto ciò al fine di poter fornire un'idea precisa e valida a coloro che volessero iniziare un'attività agricola, o a chi voglia portare aria nuova in aziende tirate avanti finora con i metodi tradizionali, ammodernandole e trasformandole con l'introduzione di innovazioni di vario tipo.

Gli obiettivi sono però anche altri, tra cui quello di indirizzare la produzione verso ciò che richiede la collettività e verso l'uso delle tecniche produttive più apprezzate; ma si intende anche dare una visione generalizzata e fornire un panorama sullo stato dell'agricoltura nelle Marche: non è vero, infatti, come erroneamente potrebbe credere la generalità delle persone lontane da questa realtà rurale, che la regione si è arenata su un'agricoltura di tipo tradizionale, tutt'altro. Le Marche sono infatti una regione attiva nel settore agricolo e si stanno avviando verso lo svolgimento di attività innovative ed originali e verso l'acquisizione di una mentalità di modernizzazione in agricoltura. È importante, quindi, che quei casi che già esistono e quelle esperienze che sono state realizzate, vengano portate alla conoscenza della collettività, cosicché possano essere prese ad esempio e fornire degli spunti per la realizzazione di una sempre più vasta gamma di attività agricole innovative.

Non si può nascondere, peraltro, la realtà, che riguarda i lavori similari, che sono già stati svolti in altri Paesi, soprattutto in Europa, ma almeno per quanto a nostra conoscenza, nessuno ha incluso finora quegli elementi, soprattutto di carattere economico, che sono stati invece qui considerati.

3.2. Gli strumenti dell'indagine

Forte di questa premessa, ho proceduto con l'impostazione del questionario: lo stesso per ogni azienda, dalle cui domande potesse scaturire un profilo aziendale completo, che ne percorresse il passato, il presente ed il futuro, nelle sue varie sfaccettature.

Più precisamente il questionario è diviso in quattro parti:

1. la prima parte riguarda le <u>notizie generali</u>: con ciò s'intendono le generalità del conduttore aziendale e dei componenti della sua famiglia, siano essi impegnati o meno nell'attività aziendale, per i quali ci si è avvalsi di una apposita scheda, che ne ha facilitato la raccolta; oltre a queste, sono state raccolte notizie generali sull'azienda, primo tra tutti un profilo storico, per capire come, dove, quando e da chi fosse nata l'idea di svolgere tale attività, nonché notizie sull'estensione della superficie aziendale e sulle sue caratteristiche;

2. la seconda parte, la più estesa, comprende l'<u>aspetto economico</u>, ed è suddivisa nei seguenti due sottogruppi:

a) notizie sulla filiera produttiva[63] e sull'aspetto commerciale: ossia varietà della gamma produttiva e quantità realizzate, caratteristiche dei prodotti e/o servizi, del ciclo produttivo, dei mercati di sbocco, tipi di vendita effettuati, forme di pubblicità e così via;

b) la situazione economica e patrimoniale dell'azienda: si è cercato qui di ricostruire e quantificare, attraverso uno schema riassuntivo e successive domande esplicative, quali siano i contenuti economici e patrimoniali, quindi i principali investimenti, le principali fonti di finanziamento, maggiori voci di entrata e di spesa, al fine di trarre una valutazione economica generale dell'impresa;

3. la terza parte è dedicata al grado di integrazione dell'azienda con il suo stesso settore e con gli altri settori dell'economia, nonché con la realtà che la circonda: si indaga, quindi, se l'azienda ha instaurato particolari rapporti di collaborazione con altre aziende agricole, simili o meno, o aziende degli altri settori, ma anche con altre tipologie di organizzazioni, se è integrata nell'ambiente in cui si trova, nonostante la lontananza della sua ubicazione dalle principali vie di comunicazione e se questa costituisce un problema o è favorevole per qualche motivo all'azienda;

4. nella quarta ed ultima parte si parla, infine, di futuro, di progetti da realizzare o in corso di realizzazione, o semplicemente di idee che si vorrebbero mettere in pratica. Si cerca di carpire anche un giudizio generale del conduttore sulla sua impresa, nel senso che si cerca di capire se egli è soddisfatto della sua attività, della strada dell'innovazione e multifunzionalità che ha intrapreso, qual è la sua considerazione a proposito delle innovazioni in azienda, un giudizio sul grado di ripetibilità di quell'attività, nonché uno sguardo al passato, con eventuale giudizio critico sugli errori e sulle scelte sbagliate.

Oltre al questionario sono state usate delle schede predisposte per la raccolta di informazioni sintetiche e dati economici: tutto il materiale utilizzato si trova in appendice.

[63] È opportuno precisare che quando si parla di filiera produttiva, in tutto il lavoro, essa non è intesa tanto nel suo significato classico di concatenazione di fasi di trasformazione del prodotto grezzo in prodotto finito, ma si vogliono comprendere in tale termine, tutte le fasi che vanno dalle attività svolte per l'ottenimento del prodotto, alla sua trasformazione, alla commercializzazione.

3.2.1. Un'esperienza singolare

Le interviste sono sempre state svolte presso le aziende: ciò è essenziale, per rendersi conto della realtà che si sta per esaminare. Sarebbe infatti molto meno indicativo, o non lo sarebbe affatto, incontrarsi in un luogo anonimo e neutrale, magari solo per risparmiare tempo.

Vedere con i propri occhi queste aziende ha permesso di avere un'idea più chiara fin dall'inizio ed ha evitato, oltretutto, di crearsi un'immagine che potrebbe essere anche sbagliata ed ingannevole, quando non si ha tale realtà sotto gli occhi. È infatti molto utile anche una veloce visita dell'azienda, durante la quale l'imprenditore indica quali sono i terreni, le colture, gli animali, le strutture, le attrezzature, perché ci si rende meglio conto delle dimensioni che si stanno per analizzare e, anche successivamente, durante il colloquio, è molto utile avere già un'idea di quella realtà, perché si riesce a capire subito a che cosa l'intervistato si riferisce e, su certe cose, si può anche procedere per intuizione.

Andare presso queste aziende poi, ha permesso di entrare in un clima particolare, di vedere determinati ambienti e di capire i motivi per i quali queste persone hanno deciso di restare lì.

Non sarebbe nemmeno possibile capire il perché di tanto impegno e passione in tali attività, di tanti progetti in mente, o in corso di realizzazione, senza avere un'idea delle strutture e delle risorse presenti e già utilizzate, o potenzialmente sfruttabili.

Per questa serie di motivi ho sempre espressamente preferito che l'intervista avvenisse presso la sede aziendale e, oltretutto ciò andava anche a favore degli imprenditori, che così non erano obbligati a spostarsi e, credo, giovasse anche al miglior clima di confidenza che si creava fin da subito, dovuto, oltre che alla presenza del tecnico di loro conoscenza e fiducia, proprio al fatto che gli intervistati si trovavano in un luogo, per loro, di massimo agio, il che metteva in una posizione di favore anche chi doveva svolgere l'intervista.

Le interviste sono state svolte nel periodo tra novembre e febbraio, quasi sempre di pomeriggio, per cui non è stato quasi mai possibile raccogliere materiale fotografico, dato che le ore di luce erano limitate. Era anche difficile, tra l'altro, trovare l'imprenditore indaffarato nell'esecuzione di qualche fase del ciclo produttivo, visto che egli sapeva dell'intervista e quindi si liberava dai suoi impegni in tempo; anche se, in realtà, è capitato più volte, all'arrivo in azienda di trovare l'imprenditore in tenuta da lavoro, o di doverlo attendere (solo alcuni minuti), perché non aveva finito qualcosa.

Nonostante ciò, qualche documentazione fotografica è comunque presente. Dunque, alla visita all'azienda, durante la quale sono emersi parecchi dati e notizie indicativi, seguiva l'intervista vera e propria, che si svolgeva in cucina, in salotto, o nel salone da pranzo dell'agriturismo.

C'era un questionario da seguire, ma spesso le risposte si dilungavano, si finiva in argomenti del tutto diversi rispetto a quello della domanda, ma solo apparentemente non connessi: non ho però voluto interrompere tali racconti e digressioni, che tra l'altro mai erano fatte a caso, in modo confusionario, o disordinato, perché da qualsiasi parola poteva essere tratto qualcosa di utile, che mai avrebbe potuto uscire dalle risposte alle domande e, oltretutto, ciò contribuiva a creare quel clima di fiducia reciproca di cui si diceva prima.

In tali situazioni, che quasi ad ogni domanda si ripetevano, non facevo altro che ascoltare, cercando anche, tramite la richiesta di ulteriori informazioni in proposito, di approfondire meglio nuovi elementi, che non avevo pensato di domandare precedentemente.

Le difficoltà maggiori nel rispondere alle domande si incontravano al momento della rilevazione dei dati economici, perché quasi nessuno li aveva sotto mano, o si ricordava a mente cifre precise, realizzati nell'ultima annata, né tantomeno in quelle precedenti. Comunque bastava loro fare per pochi minuti mente locale, o sfogliare qualche libro contabile per tirare fuori qualche numero; quando poi questo non era sufficiente l'aiuto del tecnico era provvidenziale64.

La disponibilità degli intervistati è stata massima e anche la loro voglia di raccontarsi, per far capire e conoscere il valore delle cose che fanno e l'importanza della loro attività, tanto che quasi sempre i termini di tempo che ci si era dati all'inizio non bastavano ed è anche capitato di trascorrere in azienda un intero pomeriggio. Al momento di andarsene, inoltre, ognuno confermava la propria disponibilità a darmi ulteriori informazioni, se ce ne fosse stato bisogno, se, cioè, quello che avevo chiesto non fosse stato sufficiente.

Spesso capitava anche che fosse più di una persona a rispondere alle domande, di solito marito e moglie, o padre e figlio, o, ancora, due fratelli, tutti, a vario titolo coinvolti nell'attività aziendale, che integravano le informazioni date dall'altro, o si correggevano a vicenda e ciò era molto importante per arrivare ad informazioni ancora più precise e vicine alla realtà.

In alcuni casi, è stato necessario anche tornare di nuovo in azienda, nello specifico le prime due aziende intervistate, per reperire delle informazioni che non erano state prese la prima volta: il questionario all'inizio infatti era in parte diverso e solo andando avanti ho avuto modo di capire meglio quali notizie erano utili, quali indispensabili e quali altre non significative per un simile tipo di ricerca; quindi, procedendo con l'esperienza, il questionario ha subito cambiamenti ed aggiustamenti ed alcune domande sono state aggiunte, altre modificate, altre ancora eliminate.

Tranne in un paio di eccezioni, il tecnico responsabile di zona mi ha sempre accompagnato nelle aziende: questo è stato molto utile, perché la sua presenza metteva a proprio agio tutte le parti e contribuiva a creare un'atmosfera confidenziale e di fiducia. Inoltre il suo aiuto era indispensabile per avere delle informazioni che l'intervistato non era pronto a dare, o delle informazioni aggiuntive: di solito accadeva che lungo la strada che portava alle aziende egli introducesse tali aziende e parlasse delle persone coinvolte e delle attività svolte, e, arrivati sulla proprietà, ne indicasse i terreni, le infrastrutture e così via, in modo che io avessi già almeno una vaga idea di ciò che stavo per vedere ed analizzare.

Dopo l'intervista si faceva il giro dell'azienda, se non era stato fatto prima e capitava di concludere con l'assaggio dei prodotti, tra i quali ho un ricordo particolare per il vino.

Ho scelto di non utilizzare un registratore, più che altro per non creare difficoltà e diffidenza negli intervistati e, in ogni caso, se dalle prime interviste avessi capito che sarebbe stato indispensabile, avrei cambiato opinione; ma non è stato così, in quanto avevo realizzato che riuscivo a scrivere tutto ciò che mi

[64] Per le imprese agricole non c'è l'obbligo di presentazione del bilancio, quindi le informazioni ed i dati economici sono spesso approssimativi, quando non del tutto assenti.

interessava, anche perché, comunque gli intervistati ripetevano quanto avevano detto, se si accorgevano che non facevo in tempo a scrivere. Inoltre sono state di aiuto anche le schede aziendali che permettevano di raccogliere in maniera sintetica alcune informazioni.

Devo dire che l'esperienza è stata particolare, perché stare a contatto diretto con un fenomeno che si studia è indispensabile per comprenderlo a fondo, per capirne le problematiche e per coglierne tutti gli aspetti; sarebbe impossibile tentare di analizzare la realtà rurale marchigiana (così come qualsiasi altra), restando dietro ad una scrivania; ma è stato positivo anche perché toccare così da vicino tale realtà permette di capire quali sono i motivi che spingono ad entrarvi.

Il lavoro diventa, inoltre, estremamente dinamico e quindi interessante, poiché ci sono continui riscontri e quindi conferme, o smentite, delle teorie con la realtà.

Figura 3: Vista della campagna marchigiana presso Ripatransone

3.3. Note orizzontali a margine delle interviste

Al termine di questa esperienza penso sia giusto tentare di fare un breve resoconto, che precede l'esposizione analitica delle interviste stesse, dalle quali sono emersi vari punti in comune, ma anche molti elementi di differenziazione e peculiarità, ad iniziare dalla storia delle famiglie e delle aziende e da questo punto di vista ognuna fa caso a sé.

Alcune provengono dalla tradizionale attività di famiglia, che è sempre stata in agricoltura, per intere generazioni e sono state trasformate e rimodernate al momento in cui sono state ereditate dagli attuali proprietari. Altre sono nate dal

nulla, perché i proprietari venivano da altre zone e si sono trasferiti nelle Marche o, perché, pur essendo stati sempre qui, la famiglia era occupata in altri settori.

Tutti gli attuali proprietari hanno però scelto la via della cosiddetta "new agriculture", ossia della multifunzionalità, la quale, secondo la loro mentalità e le loro idee, rappresenta il futuro dell'agricoltura: hanno deciso, insomma di diventare veri e propri imprenditori agricoli, indirizzandosi verso un tipo di attività, svolta con tecniche e modalità in cui credono, piuttosto che verso un risultato economico immediato e comunque, alla fine le soddisfazioni ricavate hanno anche un risvolto monetario.

3.3.1. Le aziende

Sono state intervistate in totale 16 aziende, cercando innanzitutto di individuare i casi più innovativi ed originali secondo i criteri di cui si è parlato sopra, inoltre si è cercato, con l'aiuto dei tecnici della COPAGRI Marche, di mettere insieme una casistica abbastanza differenziata in base al tipo di prodotto e/o servizio realizzati. Anche la localizzazione territoriale è stata uno dei fattori tenuti in considerazione, ma non gli è stata data un'importanza primaria, infatti, spesso le aziende sono vicine l'una all'altra, localizzate nello stesso territorio comunale, o in comuni vicini. Questo fenomeno, però può anche avere un altro significato, e cioè che quella è una zona nella quale si concentrano esperienze innovative, per questioni di mentalità acquisita da chi opera nel settore, o per la presenza di risorse naturali, o, ancora per un ambiente economico favorevole. L'indagine è iniziata dalla provincia di Ancona, nella quale sono stati individuati sette casi, che riguardano le produzioni più diverse: formaggi, vini, carni, piante officinali, ortaggi ed un agriturismo. Nella provincia di Pesaro sono state intervistate un'azienda florovivaistica, una agrituristica ed una di allevamento di bovini da carne.

Nella provincia di Macerata vi sono due casi di allevamento: il primo di selvaggina da ripopolamento, il secondo di conigli.

In provincia di Ascoli Piceno sono stati osservati quattro casi: il primo è un'azienda di prodotti da panificazione, gli altri tre sono agriturismi, creati in connessione con l'attività agricola svolta.

Tutti i casi aziendali analizzati sono localizzati sulla cartina della regione che segue. La tabella 7 dà, invece, una visione d'insieme delle aziende, distinguendole, secondo la loro collocazione, tra montagna, collina e pianura: l'indicazione delle altitudini sono poste al fine principale di distinguere tra alta e bassa collina; l'altitudine indicata è quella media aziendale, ossia relativa a tutti i terreni di proprietà, o meno, riferibili all'azienda.

Figura 4: Localizzazione geografica delle aziende studiate

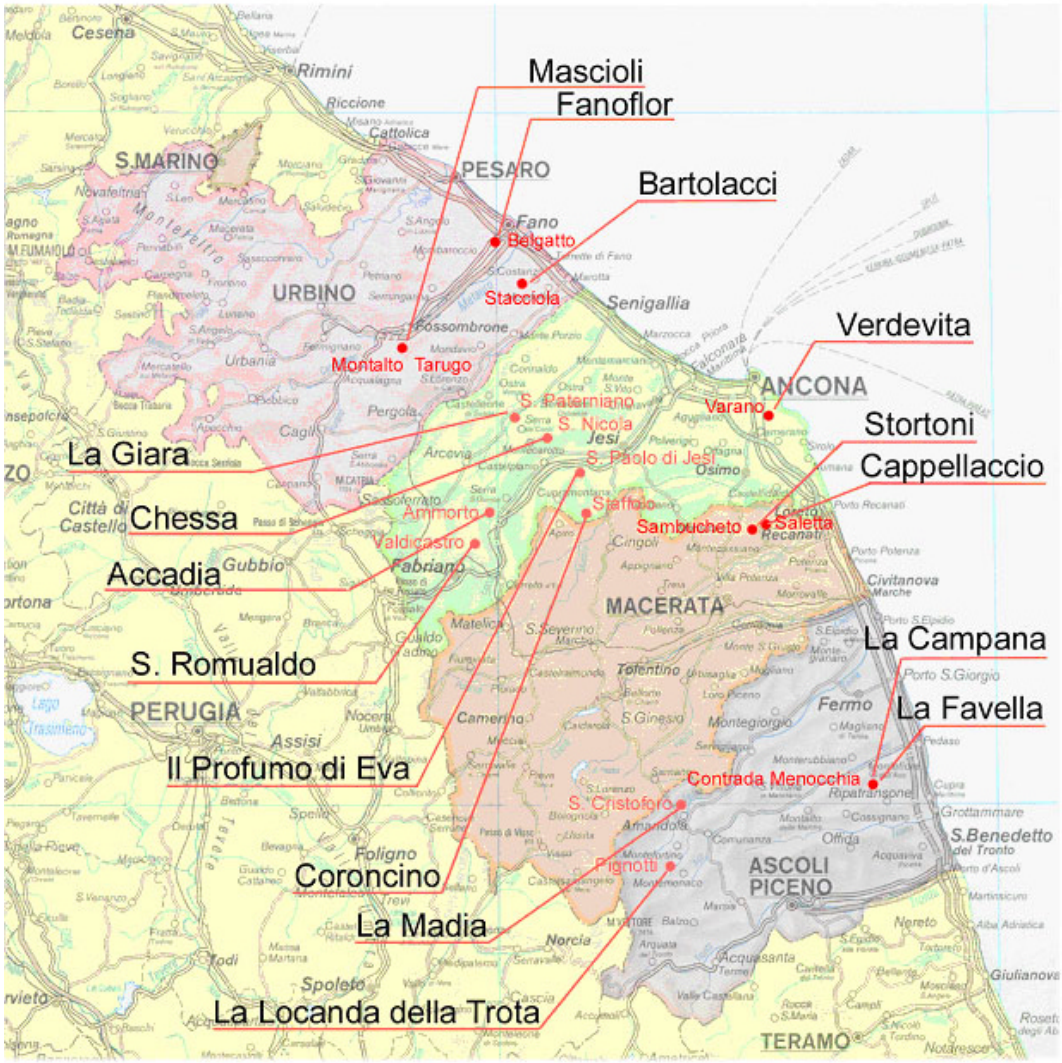


Tabella 7: distinzione per localizzazione tra montagna, collina e pianura, delle aziende analizzate.

AZIENDE	Montagna (m s.l.m.)	Collina (m s.l.m.)	Pianura (m s.l.m.)
Azienda agricola CHESSA		350	
Azienda agricola ACCADIA		370	
Cooperativa agricola S. ROMUALDO	850		
Azienda vinicola CORONCINO		250	
Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA		300	
Azienda agricola VERDEVITA		150	
Azienda agricola Ed agriturismo LA GIARA		350	
Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI		100	
Azienda agraria FANOFLOR			10
Azienda agricola MASCIOLI		450	
Azienda agricola STORTONI		100	
Azienda agricola CAPPELLACCIO		68	
Azienda agricola LA MADIA		585	
Azienda agricola ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA	800		
Azienda agricola ed agriturismo LA FAVELLA		50	
Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA		140	

3.3.2. Notizie generali sulla famiglia e caratteristiche strutturali dell'impresa

I conduttori delle imprese intervistate sono giovani, l'età media si aggira sui 45 anni, la loro esperienza innovativa non va molto indietro negli anni, soprattutto quelle agrituristiche.

Gli imprenditori in questione quasi mai hanno avuto esperienza in agricoltura, se non attraverso le generazioni precedenti della famiglia, ma di sicuro non nell'agricoltura multifunzionale.

Di solito il conduttore è aiutato, nell'attività aziendale, da almeno un altro componente della famiglia, in alcuni casi a tempo pieno, mentre in altre aziende gli altri membri familiari svolgono quella agricola come attività principale, o come secondaria, parallelamente ad altre occupazioni in settori diversi dell'economia; in un paio di casi è capitato anche che i familiari svolgessero attività agricole in aziende diverse da quella di famiglia.

Alcuni degli imprenditori agricoli hanno deciso di iniziare determinate produzioni per passione personale verso tali prodotti, altri per continuare la tradizione di famiglia, utilizzando però tecniche nuove, altri ancora hanno cambiato completamente tipo di produzione, ne hanno abbinate delle altre, o si sono riversati nel settore agricolo per la prima volta, provenendo da altri settori.

Quasi tutte le aziende sono a conduzione diretta, o ditte individuali; solo quelle di maggiori dimensioni sono società di persone, o addirittura cooperative (vi sono un paio di casi).

Sono localizzate fuori dal centro e spesso le vie di comunicazione più frequentate non sono vicine, per cui non sarebbero accessibili, se non fosse per la segnaletica, che comunque non è sempre presente.

Escluse le quattro aziende di più grandi dimensioni, le altre hanno una superficie media intorno ai dieci ettari.

3.3.3. Caratteristiche del ciclo produttivo e commerciali

In quasi tutte la aziende, ad eccezione di quelle di più grandi dimensioni, è occupata esclusivamente manodopera familiare e, anche nei periodi di punta (ad esempio la vendemmia, la raccolta, ecc.) poche fanno ricorso a lavoratori extra-familiari, più spesso si fanno aiutare da avventizi, cioè altri componenti familiari, parenti, vicini, ecc.

L'imprenditore in genere non ha una funzione ben definita e specifica, ma si occupa di tutto, più che altro di supervisione e controllo su tutto il processo produttivo che si svolge in azienda, spesso inoltre si occupa personalmente di svolgerne le fasi più delicate, come la selezione dei prodotti, o i rapporti con i clienti.

Quando si realizzano più prodotti e/o servizi, l'azienda di solito punta su uno, o pochi in particolare, che quindi hanno un peso, sia a livello di produzione, sia di fatturato, sia di tempo dedicatovi, notevole rispetto agli altri.

Il mercato è prettamente locale, più che altro perché poche aziende hanno una produzione sufficiente a soddisfare la domanda, anche se, in particolare nel caso del vino, ci sono vendite in altre parti d'Italia e anche all'estero, per rappresentanza o via Internet.

La forma di vendita predominante è quella diretta in azienda, un po' perché i produttori preferiscono occuparsi e personalizzare anche questa fase, che segue il processo produttivo, un po' per il contatto diretto tra produttore e consumatore e per il conseguente rapporto di reciproca fiducia che si instaura tra di essi.

In tutte le aziende una parte del prodotto viene trattenuta presso la famiglia per l'autoconsumo.

I prodotti più particolari (ad esempio le piante officinali) hanno una clientela più specializzata, per cui più che la vendita diretta, utilizzano il canale delle fiere, mostre, esposizioni di prodotti tipici, luoghi di attrazione, appunto di tali tipi di clienti interessati.

Quasi tutte le aziende hanno un marchio personale per i prodotti realizzati, o se usano il metodo biologico hanno il relativo bollino, o un marchio collettivo se i prodotti sono commercializzati da una cooperativa di produttori, e così via: in genere è dunque possibile riconoscere il luogo di produzione del prodotto, anche se questo non è venduto direttamente in azienda.

In genere non si preoccupano molto di pubblicizzarsi, o di pubblicizzare i prodotti, poiché la produzione non basta quasi mai a soddisfare la domanda già presente, però vi sono alcuni siti Internet, oltre a del materiale cartaceo (cataloghi, depliant, ecc.) e alcune sono anche presenti su guide turistiche, itinerari del gusto e così via.

3.3.4. Un profilo economico e patrimoniale delle aziende

Passando all'aspetto economico propriamente detto si può desumere, dall'analisi effettuata, che i primi anni specialmente sono i più difficili per queste aziende, tutti gli eventuali guadagni vanno reimpiegati nell'attività, per far sì che essa inizi a camminare da sola; per di più questi spesso non sono sufficienti, quindi anche le eventuali entrate di una diversa attività devono esservi investite e, quel che più conta, nulla si potrebbe fare se non si avesse almeno qualche finanziamento da enti pubblici o privati e un supporto economico da parte dei familiari.

Per di più una nota dolente, che è stata riscontrata in quasi tutte le interviste, è, purtroppo, il rapporto con gli enti pubblici ed in particolare con la Regione: l'ottenimento materiale dei finanziamenti regionali è stato descritto dai più come un percorso accidentato e pieno di ostacoli burocratici, a tal punto che si è creato un clima di sfiducia verso l'Ente suddetto, che è considerato inaffidabile e ambiguo, che promette e non dà, e se dà, lo fa con ritardi pesanti e comunque non nella misura prestabilita, solo in pochi casi, infatti, non ci sono stati problemi di rilievo per ottenere il finanziamento dalla Regione, che comunque era stato richiesto con largo anticipo, quindi, calcolando, i tempi sono stati lunghi lo stesso.

3.3.5. Integrazione con la realtà circostante

Il livello di integrazione con la realtà circostante è in generale elevato: esse stabiliscono e mantengono rapporti con aziende simili, che permette loro uno scambio di informazioni e consigli continuo e di avere delle indicazioni da parte di chi ha più esperienza.

Esse sono collegate anche agli altri settori economici della zona, soprattutto quello dei servizi, in agricoltura e non: i servizi agricoli, cioè il noleggio di macchine agricole, o l'affidamento a terzisti di alcune, o tutte le operazioni necessarie in azienda, sono utilizzati dalle piccole imprese che, a causa delle ristrette dimensioni aziendali, non possono permettersi di avere in proprietà l'attrezzatura ed i macchinari necessari a svolgere tutte le fasi del processo produttivo. Ciò sarebbe tra l'altro anche antieconomico per loro, prima di tutto perché di tali macchine sarebbe utilizzata solo una piccola parte di tutta la capacità produttiva.

Il loro contributo all'economia locale è dato anche dal fatto che acquistano alcuni prodotti alimentari della zona, come nel caso degli agriturismi, che in base alla Legge regionale n.27/99, devono preparare le pietanze utilizzando almeno il 75% di prodotti regionali.

Altre aziende che utilizzano, per i propri prodotti, particolari confezioni ed oggetti, danno inoltre lavoro all'artigianato tipico ed altre attività della zona.

L'integrazione con l'industria riguarda essenzialmente quelle aziende che acquistano macchine ed attrezzature per la lavorazione dei terreni, per la raccolta, per la trasformazione dei prodotti, le quali non creano lavoro soltanto per le imprese costruttrici, ma anche per l'assistenza tecnica di cui continuamente necessitano, specialmente per il fatto che la tecnologia ed il progresso hanno fatto il loro ingresso anche in agricoltura.

Altri tipi di rapporti si instaurano tra le aziende e le associazioni e le organizzazioni di categoria, le quali aggiornano tali aziende sulle novità e sulle opportunità da cogliere, danno consigli, curano l'aspetto amministrativo, quello commerciale e così via.

3.3.6. Il futuro non è un punto interrogativo

Gli imprenditori intervistati, grazie alla loro mentalità aperta e alla loro giovane età sono per lo più dinamici e hanno in testa molti progetti per il futuro delle proprie aziende, che in genere spaziano dall'ampliamento dell'attività di impresa, alla creazione di una gamma produttiva più vasta, articolata e soprattutto ancora più particolare e di qualità.

Essi aspirano inoltre ad occuparsi personalmente dell'aspetto commerciale, creando un punto vendita in azienda, nei casi in cui questo non esiste ancora; alcuni desiderano anche creare e/o registrare un marchio per rendere ancora più riconoscibile il prodotto.

Altre idee consistono nel voler instaurare rapporti con altre aziende simili o con enti collegati come le Università al fine di creare una collaborazione costruttiva.

Ci sono, ovviamente anche molte altre idee originali in progetto e a volte non è stato nemmeno facile tirarle fuori, poiché, sembrava che dovessero rimanere "segrete".

3.3.7. La spesa sull'aia

Molte aziende agricole delle Marche stanno per vivere un'esperienza particolare, denominata "Agrishopping – la spesa sull'aia". L'iniziativa è della COPAGRI Marche, è cofinanziata dall'Unione Europea e dalla Regione Marche e vi hanno aderito più di un centinaio di aziende, associate, o meno, all'organizzazione promotrice.

Il progetto è stato ampiamente presentato alle aziende interessate nel dicembre 2000, occasione nella quale sono anche state raccolte le adesioni e sta per essere regolarizzato a livello giuridico in questi giorni.

L'obiettivo principale è quello di valorizzare le produzioni agroalimentari tipiche del territorio marchigiano, assicurandone la genuinità e la tipicità, perciò tali prodotti saranno corredati da un marchio collettivo appositamente creato e registrato, che li identifica.

Tale progetto rappresenta il modo attraverso il quale si diffonde, tra i produttori, la pratica della vendita diretta e, tra i consumatori, l'abitudine dell'acquisto dei prodotti direttamente in azienda.

Ciò permette, tra l'altro, all'agricoltore di curare personalmente anche le fasi che seguono il processo produttivo, vale a dire la trasformazione e la commercializzazione del prodotto, tutte fasi che si svolgono interamente in azienda e che consentono all'agricoltore di acquisire l'immagine di un vero professionista, che si occupa di funzioni assai diverse tra loro. L'agricoltore, come professionista che mette mano all'intera filiera del suo prodotto, deve farlo con l'obiettivo di riuscire a sfruttare tutte le potenzialità che la filiera stessa offre, deve cioè sapersi organizzare in maniera efficiente ed originale, adottando strategie professionali ed innovative.

Il progetto "Agrishopping" nasce dalla considerazione del fatto che la popolazione italiana, nonostante si rivolga abitualmente alla grande distribuzione alimentare, sempre più spesso manifesta il desiderio di nutrirsi di prodotti sani e naturali, di provenienza locale, magari reperibili direttamente presso l'azienda agricola.

Di qui l'idea di creare, sul territorio marchigiano, una rete di punti vendita aziendali nei quali si trovino i prodotti, contraddistinti dal marchio collettivo "Agrishopping", in modo che il consumatore percepisca che ogni singolo punto vendita aziendale appartiene ad una organizzazione più vasta, che controlla tutte le fasi della filiera.

Il problema che è emerso a seguito di una opportuna indagine di mercato era che il consumatore, pur entusiasta di una iniziativa del genere, chiede di essere favorito, oltre che nell'individuazione dei prodotti e dei relativi punti vendita (e ciò può essere fatto attraverso delle guide specifiche), anche sotto un secondo aspetto: andando in un solo punto vendita egli desidera trovare il più vasto assortimento possibile di prodotti, per evitare di girare tante aziende, quanti sono i tipi di prodotti che si devono acquistare, tantopiù che le aziende sono difficilmente raggiungibili e spesso lontane l'una dall'altra.

Dal momento che è impossibile che ogni azienda si metta a realizzare una vasta gamma di prodotti, l'unica soluzione era fare in modo che in ogni punto vendita pervenissero anche i prodotti delle altre aziende aderenti al progetto, purché di tali prodotti venissero certificate la provenienza e la genuinità.

Ciò produce un doppio vantaggio per tutte le aziende, che ottengono così una più vasta affluenza di pubblico presso il punto vendita e, inoltre, ognuna di esse ha la possibilità di vendere il prodotto realizzato in numerosi altri punti vendita, oltre che nel proprio, cosicché il mercato di ognuno diventa più grande, assumendo una dimensione almeno regionale e non è più solo locale.

Il consumatore, da parte sua, va più volentieri in azienda, se sa che non deve spostarsi da un'azienda all'altra per fare una spesa completa.

Al contempo, però, le aziende agricole non possono scambiarsi direttamente i prodotti tra loro, poiché a livello giuridico, sarebbero considerate dei commercianti a tutti gli effetti; si è pensato, così, come soluzione, di costituire una Cooperativa tra produttori, quale ente gestore di un centro di smistamento dei prodotti aziendali, che si occupa di ritirare tali prodotti dalle aziende produttrici e di distribuirli alle altre imprese, nonché al centro stesso, che è fornito di punto vendita.

La sede del centro è presso i locali del Comune di San Marcello (An), dove tra l'altro si trovano anche un ristorante "fai da te" ed un centro informazioni e promozione delle aziende agricole ed agrituristiche della regione.

Possono aderire all'iniziativa:

- le aziende agricole che, attivando il punto vendita, possono conferire al centro la produzione che da sole non riuscirebbero a vendere e possono rifornirsi presso lo stesso centro per ampliare la gamma dei prodotti da vendere in azienda;

- le aziende agricole senza punto vendita proprio, ma produttrici di prodotti tipici e di qualità, che riforniscono il centro e, quindi, le aziende con proprio punto vendita e gli agriturismi;

- le aziende agrituristiche senza punto vendita, che possono acquistare dal centro i prodotti aziendali regionali, dal momento che la Legge regionale n. 27/99 le obbliga a preparare i pasti somministrati con almeno il 75% dei prodotti provenienti da aziende agricole marchigiane;

- le aziende agrituristiche che possiedono o che intendono attivare un punto vendita, le quali si avvalgono del centro sia a seguito della Legge regionale n. 27/99, sia per rifornire il punto vendita aziendale.

Il progetto ha avuto un ottimo successo ed ha sollevato molti entusiasmi, ottenendo l'adesione di molte aziende, anche non aderenti alla COPAGRI Marche. Naturalmente implica notevoli sforzi anche finanziari, anche da parte delle aziende, per allestire il punto vendita, o per adeguarlo alle regole stabilite dal progetto, ma esse sono coadiuvate e sostenute da un piano di finanziamento che si propone di coprire il costo totale dell'iniziativa.

3.3.8. Elementi di innovazione, ripetibilità delle esperienze e analisi SWOT

Si può affermare, concludendo, che, fatte con i dovuti criteri, le esperienze sono senz'altro positive ed anche ripetibili.

Ripetibilità che è ancora più facile per chi ha già una base da cui iniziare e per chi debba solo operare una riconversione dell'azienda, piuttosto che per colui che debba iniziare dal nulla.

Fondamentale per un'agricoltura di tipo innovativo è la presenza delle risorse umane, cioè di persone qualificate, che sappiano applicare metodi produttivi precisi, che consentano di riscoprire gusti e valori del passato, ma realizzati nel rispetto delle nuove norme di sanità, di benessere, di conservazione e così via; infatti una ricorrente lamentela riguarda il fatto che non ci sono persone adeguate a svolgere operazioni delicate e particolari, insomma, non si trova manodopera specializzata.

Coloro che sono più propensi ad avviarsi verso metodi innovativi sono, comunque, i giovani, i quali hanno una mentalità più aperta, si espongono di più al rischio, sono maggiormente disposti ad informarsi, ad imparare, a collaborare, a tentare esperienze nuove, ad applicare in agricoltura le conoscenze acquisite in altri settori: dunque, è essenziale la loro presenza in agricoltura, poiché essi rappresentano il futuro del settore, in quanto possono garantire una svolta verso la multifunzionalità e l'innovazione.

Nel capitolo a seguire sono presentate, dettagliatamente e per esteso, caso per caso, tutte le aziende intervistate ed analizzate: sono stati fissati, nella rielaborazione delle informazioni e dei dati raccolti, dei punti di riferimento, così da rendere più facile un confronto tra le stesse, da mettere in evidenza i loro punti in comune e, soprattutto i loro punti di differenza e le loro peculiarità.

Dall'esame dei dati raccolti è stato possibile anche trarre delle informazioni indicative, oltre che sul livello di ripetibilità di tali casi, come accennato sopra, anche sugli elementi di innovazione presenti in ciascun caso, che sono stati opportunamente evidenziati. È stata fatta, inoltre, di ogni caso esaminato, un'analisi SWOT (dall'inglese Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats): essa è un tipo di analisi, che si basa sull'individuazione dei punti di forza, di debolezza, delle opportunità e delle minacce relative alla realtà esaminata.

CAPITOLO 4
ANALISI DI 16 CASI AZIENDALI

4.1. Azienda agricola CHESSA

Località, comune (prov.)	Contrada S. Nicola, Montecarotto (AN).	
Distanza dal centro abitato	6 Km da Montecarotto	
Altitudine media aziendale	350 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Allevamento di ovini da latte, suini e cinghiali, con fattrici; produzione di formaggi tipici e tradizionali marchigiani; produzione di verdicchio dei castelli di Jesi DOC, produzione di olio, produzione di conserve di frutta e verdura.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	5 membri (conduttore aziendale, moglie e tre figli): l'età del conduttore e della moglie è tra 40 e 45 anni; dei tre figli solo il maggiore (18 anni) dà una mano in azienda nei momenti di maggior bisogno. La famiglia è di origine sarda e si è trasferita nelle Marche nei primi anni '80. Il grado di istruzione è di media inferiore e di diploma di perito tecnico per il conduttore e la moglie, più elevato (in prospettiva) per i figli.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale	1993
Superficie aziendale	35 ettari, di cui 8 in proprietà e il resto in affitto, così suddivisa: 15 ha a medicai, 15 ha a seminativi (orzo e grano), 5 ha a girasoli, ½ ha a vigneto, 1000 mq a piantagione: alberi da fico e altre piante da frutta secca (noci, nocciole, mandorle). Edifici: caseificio e punto vendita, due stalle e due case da ristrutturare per agriturismo.	
Origine dell'azienda e dell'idea	L'azienda esisteva dal 1989 come società di persone, poi è stata modificata, oltre alla forma giuridica, anche la produzione. La pastorizia e la produzione del formaggio sono attività tradizionali di famiglia, continuate nelle Marche producendo formaggi sardi, ma i consumatori chiedevano quelli marchigiani, perché più soffici. È così iniziata, nel 1989, una ricerca di informazioni, di ricette antiche e tradizionali della regione presso le curie, l'arcivescovado, nei libri antichi, nelle biblioteche, attraverso conversazioni con altri produttori e consumatori. Nel 1993 è iniziata la produzione secondo le ricette tipiche della zona Esino – Misa. La produzione principale è quella dei formaggi (85–90% del fatturato), ma vi sono molti altri prodotti, tutti biologici. I prodotti sono stagionali e le quantità variano secondo anni e stagioni. Si realizzano anche alcuni pezzi numerati.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	Ovini: 200 capi l'anno; suini e cinghiali: 10 capi; latte ovino: 50.000 litri l'anno. Formaggi (pecorino S. Nicola, in foglia di fico, in foglia di noce, in cubetti sott'olio, ricotta e altri freschi): 900 q l'anno circa, con latte non pastorizzato. Vino biologico: 3.500 bottiglie l'anno; olio biologico (per i vasetti di formaggio); fichi e frutta secca (mandorle, noci, nocciole) per lonzini di fico. Verdura sott'olio e sott'aceto; frutta al naturale in vasetto.		
Mano-dopera	Familiare: conduttore e moglie a tempo pieno, lui nel processo produttivo, lei segue anche la parte burocratica ed amministrativa; nei periodi di punta (terreni a medicaio, lavorati solo a zappa per avere erbe migliori) ci si avvale dell'aiuto di figli e avventizi (vicinato). Richieste 4 persone da impiegare in azienda (due nella stalla, una nel caseificio e una nel vigneto), ma è difficile trovare manodopera specializzata.		
Filiera	Interamente in azienda, con metodo biologico: allevamento e colture, produzione, trasformazione, stagionatura e vendita (una parte). L'allevamento ovino è finalizzato alla produzione di latte, usato esclusivamente per i formaggi. Vino ed olio non sono trasformati in azienda.		
2. Mercato			
Ampiezza	Regionale e nazionale, attraverso vendita diretta in azienda, consegna fatta personalmente nella provincia e spedizione ai negozi specializzati nel resto d'Italia. Le richieste dall'estero (Germania, Inghilterra, Canada) non possono essere soddisfatte.		
Marchio	Aziendale per formaggi e vino; bollino CE per il biologico; collettivo "Agrishopping" per tutti i prodotti finiti.		
Pubblicità	Articoli su riviste nazionali specializzate, siti Internet (senza essere stati contattati prima).		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Ottimo riscontro di mercato, per apprezzamento della qualità del prodotto e delle tecniche di produzione da parte dei consumatori.		
Principali voci di costo	Cibo per animali; acquisto di servizi da terzi per le lavorazioni meccaniche dei terreni e per servizi veterinari, per la trasformazione di vino ed olio.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1993)	Acquisto dell'edificio (abitazione e caseificio), costruzione del caseificio, macchine ed attrezzature da coltivazione e da trasformazione, bestiame.	
	A regime (1996)	Aumento della produzione, allestimento del punto vendita in azienda.	
	1999	Acquisto di parte del terreno (8 ha), costruzione di una stalla, ristrutturazione di un edificio da adibire ad agriturismo, miglioramento del caseificio.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1993)		Di impianto: ¾ del totale.	CE e Regione per il biologico; (ob. 5b), per costruzione caseificio; da enti privati.
A regime (1996)		Aumento attività.	Nessuno.
1999		Integrazione a finanziamenti di terzi.	Da Regione e Ce per costruzione stalla, acquisto terreno miglioramento caseificio; da banche.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	La presenza di una vena d'acqua, buon clima, area ventilata, esposizione al sole forniscono alle erbe e al vino un sapore diverso e particolare. L'azienda si trova nella più vasta zona d'Europa (Montecarotto – Serra de' Conti) di agricoltura a basso impatto ambientale, il che consente di avere un sistema biologico ancora più integro.
	Attrazioni	Non sono presenti particolari attrattive turistiche nelle vicinanze.
	Accessibilità	Non lontana da uscite autostradali; segnalata sulla strada principale; accessibilità discreta.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Raccolta di latte da altri due allevamenti; scambio di informazioni e consigli.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Servizi per la coltivazione (operazioni meccanizzate), veterinari, vendita del prodotto finito ai negozi specializzati.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Terra Sana per il biologico.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda prende parte regolarmente a fiere e mostre mercato di prodotti tipici di ambito locale, regionale (Tipica), nazionale (Salone del gusto, Sana, La via lattea picena) e anche all'estero. Adesione al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Di carattere burocratico, per l'ottenimento di finanziamenti, ma soprattutto per l'ottenimento di permessi di vendita di prodotti realizzati con metodi tradizionali, come la mungitura al pascolo, la macellazione in azienda, la trasformazione delle carni suine. I progetti presentati non sono mai approvati come tali. La zona in cui si trova l'azienda è di ripopolamento faunistico, per cui faine, donnole e volpi minacciano gli allevamenti e a volte causano la morte di alcuni capi.		
5. Progetti per il futuro		
Riuscire a commercializzare anche gli altri prodotti, come i salumi di maiale e cinghiale e la pasta fatta a mano. Ampliare l'allevamento ovino per aumentare la produzione di formaggi freschi e stagionati. Ristrutturare gli edifici per fare agriturismo.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	Nella zona esistono pochi casi simili: filiera interamente svolta in azienda; metodi particolari di produzione (lavorazione del latte crudo, non pastorizzato), uso di materiale particolare per la lavorazione (recipienti di rame) e per la stagionatura (legno) conferiscono al prodotto un sapore diverso e all'azienda un valore aggiunto notevole. Tali usi, tradizionali ed antichi, lasciano posto sul mercato ad esperienze simili, tantopiù che una parte della domanda non è soddisfatta. Ciò vale anche per gli altri prodotti, come le conserve di frutta e verdura e quelli che si spera di poter commercializzare in futuro.
2. Elementi di innovazione	Innanzitutto l'idea di riproporre prodotti con i sapori di un tempo, realizzati con ricette tradizionali, per la scoperta delle quali sono stati necessari lunghi periodi di ricerche e di studio. Inoltre il fatto di voler realizzare all'interno tutta la filiera, in modo da personalizzare il prodotto, compresa la vendita. La ricerca per la selezione delle erbe per nutrire gli ovini, che attribuiscono al latte un sapore migliore. Non ultima, l'estensione del metodo biologico non solo a tutte le colture, ma anche agli animali, il che assicura maggior qualità.
3. Analisi SWOT	
Forza	La svolta verso un consumo di prodotti naturali, sani e genuini, per di più venduti direttamente in azienda, creano un rapporto di fiducia e di contatto diretto produttore – consumatore sempre più ricercato, nonché una maggiore credibilità e garanzia di qualità. La posizione in collina è ottimale per l'allevamento per il clima, meno umido e più ventilato rispetto alla costa. La partecipazione al progetto "Agrishopping" consente di essere conosciuti in un'area più ampia e di facilitare le vendite.
Debolezza	La posizione dell'azienda è abbastanza isolata, anche se tutto sommato non lontana dalle vie di comunicazione, però può essere difficilmente raggiungibile da chi non la conosce. La difficoltà di trovare personale qualificato per determinate operazioni agricole non permette di aumentare la produzione come si vorrebbe.
Opportunità	L'agriturismo è sicuramente in grado di dare all'azienda ulteriori e rapide entrate economiche, per il ritorno immediato che genera, ma anche perché ve ne sono pochi altri nella zona; il fatto di possedere già l'edificio è d'aiuto. Aumentare la produzione per soddisfare la domanda inevasa e raggiungere l'obiettivo di vendita di tutti gli altri prodotti, per i quali non si hanno i permessi, apporterebbe nuove entrate aziendali.
Minacce	La fine del programma quinquennale UE di agricoltura a basso impatto ambientale potrebbe rappresentare un problema per la conduzione biologica, se i vicini non continuano a praticarlo. La mancanza di personale qualificato non permette l'ampliamento della produzione e, quindi, causa la rinuncia a una fetta di mercato.

Figura 5: Il signor Sebastiano Chessa al lavoro nel caseificio

4.2. Azienda agricola ACCADIA

Località, comune (prov.)	Ammorto, frazione Castellaro, Serra S. Quirico (AN)	
Distanza dal centro abitato	2 km da Castellaro, 7 km da Serra S. Quirico	
Altitudine media aziendale	370 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Verdicchio dei Castelli di Jesi classico e selezione DOC. Allevamento di polli.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	4 membri (conduttore, moglie e due figlie): L'età dei coniugi è intorno ai 45 anni, le figlie tra i 20 ed i 25, la seconda è ancora studente, il livello di istruzione degli altri membri è di scuola superiore. Le origini sono nordiche del conduttore e meridionali della moglie.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale	1983
Superficie aziendale	È di 8,3 ettari tutta in proprietà, suddivisa a vigneto (5 ha), noceto (0,5 ha). I restanti 2,5 ha comprendono i capannoni, un piccolo oliveto per l'autoconsumo, l'abitazione, la cantina ed un prato permanente.	
Origine dell'azienda e dell'idea	Al loro arrivo qui, nel 1979, il terreno era abbandonato da due anni e prima era stato sempre utilizzato per l'agricoltura tradizionale. C'era già l'idea dell'allevamento, che permette entrate rapide. Il vigneto è stato impiantato nel 1992 e la prima produzione si è avuta nel 1995: la scelta è stata necessaria per diversificare, perché i cereali non rendevano più. Nessuno in famiglia aveva esperienza in agricoltura, infatti il conduttore era in precedenza impiegato di una casa automobilistica e il padre era imprenditore edile; perciò è stato necessario un periodo di studio, ricerca e documentazione, consulenze tecniche, richiesta di informazioni ad altri agricoltori per conoscere i segreti del settore. In azienda il conduttore segue il vigneto, la vendemmia, durante la quale avviene la selezione dei grappoli per i diversi tipi di vini, la cantina e l'allevamento; la moglie si occupa del commercio con l'estero e anche del vigneto.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	All'inizio 3.000 bottiglie di verdicchio classico e 3.000 bottiglie di selezione ("Cantorì"); oggi: 20.000 bottiglie di verdicchio classico e si è scesi, per esigenze varie, a 2.700 bottiglie di selezione. Quantità e qualità delle uve dipendono dalla stagione, dal sole, dal clima, ecc. Si ottengono comunque tra i 25.000 e 40.000 litri di vino all'anno. L'allevamento produce 250.000 capi l'anno, con cicli di 60 giorni, dopo i quali i capannoni sono puliti, areati, disinfettati, lasciati vuoti per 15 giorni.		
Mano-dopera	Solo familiare: il conduttore e la moglie, prestano attività in modo esclusivo ed a tempo pieno nell'azienda. La figlia maggiore dà una mano specialmente nei periodi di punta (vendemmia), e nel fine settimana. Nei periodi di punta vengono in aiuto anche gli altri familiari, alcuni amici ed i vicini.		
Filiera	Vino: interamente in azienda. Il vigneto è seguito personalmente dal conduttore, che si occupa della selezione e divisione dei grappoli da destinare alle diverse qualità e della vinificazione. L'imbottigliamento avviene con impianto ambulante, che va in azienda. Vendita in parte in azienda. L'allevamento è in contratto di soccida con l'azienda di trasformazione "Fileni" che fornisce i pulcini, il mangime, i medicinali, acquista i capi vivi e si occupa di macellazione, trasformazione e vendita; l'azienda agricola fornisce strutture, manodopera, energia, riscaldamento e illuminazione. I liquami sono utilizzati per concimare il terreno.		
2. Mercato			
Ampiezza	A livello locale: vendita in azienda; per le Marche c'è un rappresentante, un distributore per l'Italia e un agente per l'estero. Si vende in 4 Paesi nell'Unione Europea, oltre all'Italia, Germania ed Austria, anche via Internet. Le richieste dall'estero sono molto maggiori, ma non possono essere soddisfatte, perché la produzione non è sufficiente.		
Marchio	Le etichette delle bottiglie sono disegnate personalmente dal conduttore, che ha la passione della pittura.		
Pubblicità	C'è un catalogo per il vino e alcuni siti Internet gestiti dagli importatori.		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Vino: dipendono dalla produzione, poiché non ci sono problemi di invenduto. Il prezzo di una bottiglia va in genere dalle 12.000 alle 17.000 lire. Quelli dell'allevamento sono regolari, perché i quantitativi non cambiano.		
Principali voci di costo	Retribuzioni ai distributori, agenti e rappresentanti; acquisto delle bottiglie (300 – 400 lire l'una) e servizio di imbottigliamento. I costi per l'energia, il riscaldamento e l'illuminazione dell'allevamento hanno una certa incidenza.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1983)	Acquisto del terreno e della casa, ristrutturazione della casa, costruzione di capannoni per i polli.	
	A regime (1992)	Impianto del vigneto, costruzione della cantina e acquisto delle macchine ed attrezzature necessarie.	
	1999	Nessuno in particolare.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1983)		Acquisto terreno,ristrutturazione casa, costruzione dei capannoni.	Ristrutturazione casa, costruzione capannoni; mutui bancari.
A regime (1992)		Costruzione della cantina.	Impianto vigneto, mutui.
1999		Nessuno.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	L'azienda si trova all'interno della zona del Verdicchio dei Castelli di Jesi DOC classico, la posizione è favorevole al vino che a questa altitudine ha una maggiore acidità che gli conferisce una vita più lunga rispetto a quello di pianura. Il vitigno è particolare di quest'area e le caratteristiche cambiano a pochi km di distanza. L'allevamento giova del fatto che c'è maggiore aerazione rispetto alla pianura.
	Attrazioni	Itinerari del vino.
	Accessibilità	La lontananza dai centri abitati principali e la mancanza di segnalazione rendono difficile l'individuazione dell'azienda, ma con un'opportuna spiegazione si raggiunge facilmente.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Per scambio di informazioni e consigli.
Con l'industria		Azienda "Fileni" per il pollame.
Con il terziario		Servizio di imbottigliamento.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Assivip: associazione di produttori di vini pregiati.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda partecipa ad importanti fiere nazionali, come la "Vinitaly", ad alcune regionali ("Tipica") e a due fiere all'estero, in Germania ed in Austria; inoltre partecipa ed organizza appuntamenti di degustazione dei vini. Aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
La burocrazia, soprattutto a livello regionale, rappresenta un grosso ostacolo per l'ottenimento materiale dei finanziamenti: il denaro arriva molto tempo dopo che è stato speso (un anno, un anno e mezzo di ritardo). A livello amministrativo non c'è la mentalità innovativa, per cui la creazione di imprese efficienti non viene incentivata. Nessuna scelta sbagliata in particolare, se non le prove per arrivare al prodotto che si ha oggi. Le scelte non sono state fatte sempre in prima persona, ma il più delle volte sono state giuste ed oculate.		
5. Progetti per il futuro		
L'idea è di diversificare il prodotto aziendale allestendo un allevamento di suini allo stato brado per farne dei salumi dal sapore particolare ed unico, occupandosi, ovviamente, in prima persona anche della macellazione, della trasformazione delle carni e della conservazione, utilizzando tecniche tradizionali, così da fargli assumere delle caratteristiche uniche in tutti i loro aspetti, come del resto è stato finora fatto per il vino.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	Gli studi e le ricerche, la scrupolosa selezione dei grappoli, l'accurata procedura di vinificazione, tutte fasi seguite personalmente dal conduttore, hanno permesso di ottenere un prodotto del tutto singolare e dal gusto unico ed inconfondibile, diverso da un comune verdicchio. L'idea è senz'altro ripetibile, nel senso che dà un enorme spazio alla fantasia personale sul gusto che un certo prodotto dovrebbe avere e all'applicazione di tecniche per ottenere il prodotto che abbia le stesse caratteristiche con le quali era stato pensato.
2. Elementi di innovazione	Si parte dall'idea innovativa di realizzare un prodotto fortemente personalizzato, con le caratteristiche organolettiche che si vorrebbero trovare in quel prodotto; si vuole garantire la massima qualità e soprattutto la singolarità e non rimanere radicati alle produzioni tradizionali. Lo studio e la ricerca, il voler ottenere un prodotto di qualità e selezionato sono un altro segno di innovazione. Nell'allevamento, l'idea di ridurre i trattamenti medicinali, ha condotto, con ricerche ed investimenti in tecnologia, a somministrare una sola vaccinazione e pochi medicinali all'inizio del ciclo. Il tutto viene fatto secondo le norme di sanità, utilizzando solo i prodotti ammessi, rispettando i tempi di interruzione e così via.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'azienda è partita con idee innovative ed è molto dinamica. Il fatto che il conduttore proviene da un altro settore (l'industria), gli consente di applicare all'agricoltura le conoscenze, le idee e l'esperienza acquisite nella sua occupazione precedente. Il conduttore segue personalmente le fasi più importanti e delicate della filiera produttiva e le modella secondo le proprie idee, il che attribuisce un considerevole valore aggiunto al prodotto e all'azienda. La pratica di due attività così diverse (vino ed allevamento) consente di diversificare il reddito, assicurando entrate da una parte nei periodi di crisi dell'altra e viceversa.
Debolezza	La gamma produttiva è forse ancora poco diversificata, in quanto offre solo alcune varietà di vini. Abbinando a queste altri prodotti, come ad esempio quelli suini che sono nei progetti del conduttore, l'attrattiva migliorerebbe.
Opportunità	La collocazione nella zona del verdicchio classico andrebbe sfruttata al meglio, per avere un flusso turistico maggiore in azienda. Un eventuale accordo con aziende produttrici di beni alimentari tipici della zona, o la messa in pratica del progetto di produzione di salumi tipici per la degustazione abbinata dei prodotti, creerebbe una sinergia attrattiva verso l'azienda.
Minacce	L'assenza del conduttore nei momenti più importanti può rappresentare un pericolo per la qualità del prodotto, visto che egli solo sa applicare le tecniche necessarie. La raccolta, fatta totalmente a mano e la selezione dei grappoli implica orari di lavoro lunghi e rigidi, perché non possono, tra altro, essere delegati a chiunque.

Figura 6: Alcune etichette delle bottiglie disegnate dal signor Angelo Accadia

4.3. Cooperativa agricola S. ROMUALDO

Località, comune (prov.)	Frazione Valdicastro, Fabriano (Ancona)	
Distanza dal centro abitato	28 km da Fabriano, 15 km da Serra S. Quirico	
Altitudine media aziendale	850 – 900 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Allevamento di bovini (Chevrolet e Marchigiana), ovini, suini, da carne allo stato brado (prato, pascolo e bosco), tutti sugli stessi pascoli, con fattrici: carne di vitellone, d'agnello, di suino (insaccati e prosciutti); formaggi: pecorino puro. Agricoltura biologica, che prevede l'utilizzo dei liquami per la concimazione dei terreni. Agriturismo: punto ristoro che utilizza esclusivamente le carni prodotte in azienda.	
NOTIZIE GENERALI		
3. Famiglia del conduttore	4 membri, tutti soci della cooperativa (più altri 8 soci extra-familiari); tutti, tranne una figlia, prestano attività esclusiva in azienda, occupandosi delle varie mansioni: allevamento, produzione, agriturismo, secondo le necessità. L'età dei genitori è sui 53 – 54 anni, i figli sono tra 25 e 30 anni. Il grado di istruzione è della scuola dell'obbligo.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Cooperativa agricola	1990 l'azienda agricola 1995 l'agriturismo.
Superficie aziendale	La superficie totale è di 650 ettari circa, di cui 606 in proprietà e 40 circa in affitto per i pascoli. In estate vengono affittati ulteriori 150 ha di pascoli demaniali. Il terreno in proprietà è per metà a pascolo e per metà a bosco; mentre quello in affitto è tutto a pascolo e prato.	
Origine dell'azienda e dell'idea	L'azienda, che è stata rilevata, era ferma da 5 anni, i terreni erano incolti, gli attuali proprietari sono subentrati nel 1990, con alle spalle l'esperienza da sempre di coltivatori diretti, in quanto erano proprietari di terreni a vigneto a Cerreto d'Esi (AN), con annessa casa vinicola (verdicchio di Matelica). Uno dei figli, però, al vino preferiva di gran lunga l'allevamento, quindi le terre a vigneto sono state vendute ed è stata acquistata questa azienda. Sono stati reimpiantati tutti i prati ed i pascoli e riassestati i ricoveri degli animali. Sono stati costruiti diversi stabili.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	Presenti in azienda: più di 300 bovini; 1000 pecore circa, 150 suini incrociati con cinghiali, perché si ottiene una carne più tosta e saporita, più rossa e meno grassa, ideale per gli insaccati, anche se impiegano più tempo a crescere. Macellati circa 100 bovini, 800 agnelli e 150 suini l'anno. Circa 200 litri di latte al giorno da aprile a settembre, tutto utilizzato per la produzione di pecorino e ricotta. Coltivazione di ortaggi biologici per l'agriturismo.		
Mano-dopera	I soci lavoratori sono 4, oltre ad essi vi è un operaio salariato, fisso a tempo indeterminato, che lavora full–time in azienda, più tre extracomunitari ai pascoli, però non fissi, in quanto lasciano il lavoro dopo qualche mese.		
Filiera	L'allevamento è seguito direttamente dai soci, compresi il trattamento sanitario degli animali e l'alimentazione (biologica anche d'inverno, infatti, nelle stalle, sono nutriti a cereali). La macellazione viene fatta in mattatoio, ma poi la carne viene riportata in azienda per la vendita diretta e per uso nel punto ristoro. I formaggi sono prodotti e venduti in azienda.		
2. Mercato			
Ampiezza	Clienti per lo più privati: famiglie (anche dalla costa) che vanno il fine settimana in azienda e fanno scorta. Riforniti anche dei ristoranti. Si fa esclusivamente vendita diretta in azienda (non si vende ad altri venditori). Con l'evento della "mucca pazza", le vendite di carne bovina sono quasi raddoppiate: dalla macellazione di 1-1,5 vitelloni a settimana, si è passati a 2-2,5. Ora si vendono circa 5-6 q. di vitellone, 2 q. di suino e 120-140 kg di agnello nei 4 giorni di vendita (dal giovedì alla domenica). Il 30% del prodotto è utilizzato per l'agriturismo.		
Marchio	Non c'è il marchio aziendale, perché non è ritenuto necessario se si fa la vendita diretta in azienda.		
Pubblicità	Mai fatta, perché si riesce a vendere tutto il prodotto.		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Azienda a regime: non vi sono grandi cambiamenti nelle vendite degli anni analizzati. Nel 2000: aumento delle vendite per l'effetto "mucca pazza".		
Principali voci di costo	Cibo per bestiame per il periodo invernale (cereali); servizi veterinari, servizio di macellazione, prodotti per il ristoro (vino, olio, ortaggi in inverno). Inoltre: affitto terreni, manodopera, materie prime e carburanti.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1990)	Acquisto terreno, reimpianto prati e pascoli, rimessa in funzione ricoveri per animali, acquisto animali e mezzi agricoli, costruzione fabbricati, locali di fienagione, macelleria, stanza di affumicazione e stagionatura dei salumi.	
	A regime (1995)	Apertura punto ristoro; aumento numero dei capi. Allestimento caseificio e magazzino stagionatura formaggi.	
	1999	Nessuno.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1990)		Reimpianto prati e pascoli, integrazione a finanziamenti di terzi. Cessione di parte del terreno a foreste demaniali (700 ha).	Cassa per la piccola proprietà contadina (acquisto con patto di riservato dominio trentennale). Da UE, Stato e Regione per sistemazione fabbricati; acquisto bestiame, per il biologico.
A regime (1995)		Per strutture.	Per l'agriturismo.
1999		Nessuno.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	In pianura non sarebbe possibile l'allevamento allo stato brado. Il clima è ottimale per i pascoli ed i prati e d'estate il bosco offre cibo alternativo per gli animali, quando i prati ed i pascoli sono più aridi, oltre che un rifugio più fresco, tra l'altro gli animali fanno un ottimo lavoro di pulizia di sentieri e sottobosco, il che riduce anche il pericolo di incendi.
	Attrazioni	L'azienda si trova a ridosso del monte S. Vicino e uno degli edifici è un'abbazia del 1200 d.C. Fa parte di itinerari agrituristici e a 20 km si trovano Genga e le grotte di Frasassi. Poggio S. Romualdo, il vicino centro, è inoltre località turistica.
	Accessibilità	Tranne l'ultimo tratto di strada sconnesso, l'azienda è già visibile dalla strada principale e comunque segnalata nei pressi dell'uscita della superstrada.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Acquisto di prodotti per l'agriturismo.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Acquisto di servizi agricoli meccanizzati, veterinari, di macellazione.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Sole e salute.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Mai partecipato a mercati, fiere, esposizioni, soprattutto per la mancanza di disponibilità di manodopera, ma anche perché il prodotto viene già tutto venduto.		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Soprattutto di carattere burocratico, che rubano tempo alla produzione nei momenti delle scadenze; difficoltà di reperire manodopera specializzata e stabile, soprattutto tra gli extracomunitari, che quasi mai sono in regola con i permessi di soggiorno, sarebbero invece necessarie 3 o 4 persone per avere orari di lavoro più regolari; la localizzazione in montagna pone il problema dei lupi che attaccano il bestiame.		
5. Progetti per il futuro		
Sistemare l'abbazia con il finanziamento della legge sul terremoto per fare delle stanze e sale ritrovo per l'agriturismo, per le quali c'è una richiesta enorme; aumentare ulteriormente il numero delle fattrici per soddisfare la richiesta in aumento delle carni, determinata dall'evento "mucca pazza".		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	Anche se non in così grandi dimensioni, l'esperienza si può sicuramente giudicare ripetibile, tanto più in questo momento, in cui l'evento della "mucca pazza" ha determinato una svolta decisiva dei consumatori verso la scelta di carni alternative, o di carni bovine di qualità e sicure. Gli investimenti iniziali sono notevoli se non si dispone di alcuna struttura, perché queste sono imponenti, così come le attrezzature necessarie, se si intende svolgere all'interno tutta la filiera (allevamento, macellazione, trasformazione, vendita), senza contare la grande disponibilità di terreno necessaria per effettuare l'allevamento allo stato brado.
2. Elementi di innovazione	L'elemento innovativo principale è la riproposizione di un tipo di allevamento che avviene come in passato, in cui gli animali sono liberi di spostarsi su grandi appezzamenti tra boschi, prati e pascoli e si nutrono di alimenti naturali. In inverno sono nelle stalle, ma vengono comunque nutriti a cereali. La vendita diretta in azienda è un altro elemento attraverso il quale si crea un particolare rapporto di fiducia tra produttore e consumatore; l'abbinamento dell'agriturismo che utilizza esclusivamente prodotti aziendali (carni) caratterizza l'azienda.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'azienda ha un prodotto in grado di imprimere la massima fiducia sulla sua qualità nei consumatori, per il fatto della conduzione biologica e della libertà in cui vive il bestiame; fiducia che aumenta grazie al rapporto che la vendita diretta permette di instaurare tra produttore e consumatore. La sua localizzazione, anche se fuori mano, favorisce nettamente la grande dimensione per la grande disponibilità di spazi sui quali il bestiame può muoversi.
Debolezza	La difficoltà di reperire manodopera stabile e qualificata non permette di aumentare la produzione al livello che si vorrebbe. L'allevamento allo stato brado favorisce una maggiore mortalità del bestiame (10% negli ovini, 5 – 6% nei bovini), a causa della presenza dei lupi. Questa è più alta anche per il fatto che non si fanno trattamenti con medicinali, tranne un vaccino per i vermi al fegato.
Opportunità	Aumentare il bestiame in questo periodo genererebbe sicuramente un incremento considerevole delle vendite; la sistemazione dell'edificio da adibire ad agriturismo (stanze) farebbe aumentare ulteriormente ed in modo rapido le entrate, anche per il fatto che l'azienda è localizzata in un'area gradevole e tranquilla, e circondata di attrattive e luoghi turistici.
Minacce	La mancanza di personale qualificato e stabile in azienda determina orari di lavoro lunghi e stressanti per chi vi lavora e non permette la suddivisione ottimale dei compiti.

4.4. Azienda vinicola CORONCINO

Località, comune (prov.)	Contrada Coroncino, Staffolo (AN).	
Distanza dal centro abitato	1,3 km da Staffolo	
Altitudine media aziendale	250 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Verdicchio classico dei Castelli di Jesi. Olio extravergine di oliva.	
NOTIZIE GENERALI		
1.Famiglia del conduttore	5 membri (conduttore, moglie e tre figli): l'età dei coniugi è sui 40 anni, quella dei figli vanno dai 6 ai 17 anni. La famiglia ha origini romane e si è trasferita nelle Marche nel 1981.	
2. Azienda	Forma di impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale a conduzione diretta.	1981
Superficie aziendale	17,3 ettari tutti in proprietà, di cui 3 ha nuovi che ora sono a riposo. I terreni sono così suddivisi: 8 ha a vigneto, di cui 0,5 ha in comodato; 1,5 ha ad oliveto, il resto è incolto, o non coltivabile.	
Origine dell'azienda e dell'idea	La famiglia si è trasferita da Roma nelle Marche nel 1981, ha acquistato e ristrutturato la casa, che era di proprietà di altri parenti. All'inizio si praticava l'agricoltura tradizionale imparata dai parenti che lavoravano nel settore (grano e vigneto) e che coltivavaNO quell'appezzamento, dal momento che non c'erano esperienze dirette in agricoltura. Queste colture però non rendevano, per cui si doveva cambiare e il vigneto dava maggiori prospettive. È iniziato così un percorso di ricerche ed informazioni, richiesta di consigli a professionisti e ad organizzazioni del settore. Successivamente è stato effettuato l'impianto di vigneti sui terreni precedentemente impegnati da seminativi e, più tardi, il reimpianto dei vigneti più vecchi. All'inizio la proprietà era più ridotta, poi man mano sono stati acquistati altri terreni. È stato fatto, inoltre, e si fa tuttora, anche un lavoro di selezione e frazionamento dei mosti, al fine di ottenere un vino diverso da quello standard.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Prima vendemmia (1985), 1.000 bottiglie, nei due anni successivi 2.000. Grande svolta nel 1988: acquisto di un vigneto vecchio: 16.000 bottiglie. L'anno successivo tracollo della produzione per la cattiva stagione: la pioggia estiva ha rovinato il raccolto ed il vecchio vigneto, poi recuperato. Oggi si producono sulle 45.000 bottiglie l'anno. Si ottengono poi, secondo le annate, 0-500 litri di olio.	
Mano-dopera	Per lo più familiare: conduttore e moglie a tempo pieno, si occupano, il primo di controlli fitosanitari sui vigneti, lavorazioni meccaniche, cantina e vendemmia, fiere, imbottigliamento ed etichettatura; la seconda anche dell'area amministrativo-contabile. C'è un dipendente fisso tutto l'anno, che lavora a giornate, secondo le esigenze e, nei periodi di punta, si ricorre anche all'aiuto di avventizi.	
Filiera	Tutto si svolge in azienda: vendemmia, trasformazione delle uve, vinificazione, fermentazione e in parte la vendita. L'oliva viene trasformata all'esterno.	
2. Mercato		
Ampiezza	Nei primi anni vino venduto ai ristoranti della zona (a prezzo non soddisfacente). Nel 1988 l'azienda fu contattata da ristoranti della Lombardia, (dopo una pubblicazione sulla guida Michelin) e da mercati esteri (ristoratori stranieri che hanno assaggiato il vino in ristoranti della zona): iniziate esportazioni in Germania e Australia. Poi migliorate bottiglie ed etichette per dare un'immagine migliore al prodotto. Oggi si vende ai migliori ristoranti d'Italia, la clientela aumenta costantemente ed ovunque: Padova rappresenta una buona piazza per l'azienda. Mantenuti i rapporti con l'estero iniziati per caso.	
Marchio	Non c'è un marchio aziendale, ma il prodotto si distingue per le etichette (disegnate da un grafico americano di conoscenza della famiglia). Marchio "Agrishopping".	
Pubblicità	L'azienda è in varie guide (Michelin, Veronelli, ecc..); vi sono articoli su riviste varie. C'è un sito Internet, ma senza risultati brillanti. Non è mai stata fatta pubblicità su iniziativa propria, poiché il mercato è consolidato e si amplia continuamente da sé.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Negli anni analizzati non ci sono sbalzi sostanziali, varia la quantità prodotta che dipende dalla stagione. Il prodotto è stato sempre venduto per intero, anzi, parte della domanda è rimasta insoddisfatta. Dell'olio, che principalmente è usato per l'autoconsumo, viene venduta l'eventuale parte in eccedenza.	
Principali voci di costo	Sono rappresentati dalla manodopera non familiare, dall'acquisto delle bottiglie, dall'energia utilizzata nella cantina.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1981)	Acquisto e ristrutturazione casa, parte del terreno, costruzione cantina e acquisto attrezzatura per la vinificazione e per le lavorazioni agricole.
	A regime (1990)	Reimpianto vigneti più vecchi; acquisto di altri terreni e di un trattore.
	1999	Acquisto di parte del terreno.

FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1981)	Aiuti dalla famiglia per contribuire al pagamento mutui da acquisto terreni.	Cassa per la piccola proprietà contadina, (Regione), per acquisto terreno (mutuo trentennale al 4%); mutui bancari.
A regime (1990)	Acquisto di terreni; integrazione finanziamenti di terzi.	Premio giovani (1994); ob. 5b per impianto nuovo vigneto; Finanziamento SAME per l'acquisto di un trattore.
1999	Acquisto del terreno.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	L'esposizione di questo terreno conferisce al vino caratteristiche organolettiche particolari che lo rendono diverso.
	Attrazioni	Zona del Verdicchio dei Castelli di Jesi classico.
	Accessibilità	L'azienda si trova lungo la strada principale che porta al centro abitato.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Per scambio di informazioni e consigli.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Servizi di informazione da esperti enologi e vivaisti.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda non partecipa molto spesso a fiere e mostre di prodotti tipici, ma una di esse, alla quale prende regolarmente parte è "Vinitaly". L'azienda aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Il problema principale è la burocrazia, che rende troppo lungo e complicato il procedimento per ottenere i finanziamenti. Il conduttore ritiene che, date le situazioni, sono state fatte sempre le scelte migliori e che questo è avvenuto non seguendo sempre i consigli altrui. Alcune scelte sbagliate possono essere state fatte quando non c'era esperienza, ma fa parte del gioco, sono utili per imparare.		
5. Progetti per il futuro		
L'intenzione è di aumentare la produzione impiantando ulteriori filari di vigneto, inoltre si vogliono creare prodotti nuovi e particolari, come il passito ed alcuni vini rossi.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'idea ha un certo grado di ripetibilità, perché propone un prodotto estremamente apprezzato e, allo stesso tempo, di qualità e personalizzato, dato dal fatto che tutte le operazioni, prima tra tutti la selezione del vitigno e poi la raccolta, la selezione dei grappoli, la vinificazione, ecc., provengono da ripetuti tentativi e prove e sono effettuate dal conduttore. Ciò consente di applicare le capacità personali e l'esperienza, che permettono di migliorare continuamente il prodotto, che quindi non si può confondere con quelli standard e trova molti riconoscimenti ovunque.
2. Elementi di innovazione	Lo studio, la raccolta di informazioni, il fatto che si punta ad un prodotto particolare e di qualità, la ricerca di consigli da esperti tecnici, enologi, vivaisti, le prove di innesto proprie che hanno portato all'ottenimento di un vitigno particolare e selezionato, sono senz'altro un indice innovativo di professionalità dell'imprenditore agricolo, che continua anche dopo, nella selezione dei grappoli, nell'adeguamento delle macchine e nei procedimenti particolari che vengono applicati al fine di ottenere prodotti diversi e personalizzati. In generale il reinvestimento degli utili nel miglioramento e nell'ampliamento aziendali, sono da includersi in una mentalità innovativa.
3. Analisi SWOT	
Forza	Il prodotto è particolare, perché è il risultato di accurati studi e ricerche, oltre che di prove pratiche ed esperimenti che hanno condotto all'ottenimento di un vitigno che si adatta bene al terreno e alla zona in cui si trova. Il continuo aggiornamento, anche per quanto riguarda la tecnologia delle macchine da vinificazione, permette di curare tutte le fasi. L'apprezzamento ricevuto sia in Italia che all'estero attribuiscono all'azienda un notevole valore aggiunto.
Debolezza	La gamma produttiva è limitata, in quanto comprende unicamente verdicchio, anche se in diverse varietà. Ciò non consente di diversificare il reddito dell'azienda e di sopperire ad eventuali momenti di crisi.
Opportunità	Da mettere in pratica è senz'altro l'idea di diversificare il prodotto realizzando varietà particolari, invecchiate, fermentate a tempi e tecniche diversi, come il passito, cosicché il mercato può ampliarsi anche in direzioni diverse da quelle attualmente percorse.
Minacce	L'utilizzo, seppur sporadico, di alcuni tipi di trattamenti, comunque non chimici, su alcuni dei vigneti potrebbe portare i consumatori a preferire prodotti di provenienza più naturale, o completamente biologica. Non si utilizzano comunque principi attivi di sintesi e gli insetticidi chimici non sono più utilizzati da molto tempo. Essi non vengono effettuati tutti gli anni e, comunque, non su tutti i vigneti.

4.5. Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA

Località, comune (prov.)	Contrada Coste, San Paolo di Jesi (AN)	
Distanza dal centro abitato	5 km da San Paolo di Jesi; 7 km da Jesi	
Altitudine media aziendale	300 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Piante officinali per oli essenziali, essenze profumate e miele. Allevamento di pastori tedeschi con affisso del Monte Domini.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	4 membri, conduttrice, marito e due figli. L'età dei coniugi è di 48 e 55 anni, i figli hanno 10 e 17 anni. La conduttrice ed il marito sono medici: la conduttrice ha come professione principale il lavoro in ospedale e come secondaria quella in azienda. Il marito è in pensione, quindi ora si occupa esclusivamente dell'allevamento di cani di razza. I figli sono studenti e danno una mano nei momenti di bisogno, ma non sembra, almeno per ora, che abbiano intenzione di proseguire l'attività aziendale.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale	1995
Superficie aziendale	5 ha in affitto dalla madre della conduttrice, suddivisi come segue: 2,5 ha a noceto, 1 ha a lavanda, che è la piantagione principale, 350 mq a melissa, 200 mq a camomilla, 100 mq a ribes e altre piante sparse: artemisia, elicriso, biancospino, corbezzolo, corniolo, nocciolo, rosaspina, gerani aromatici, salvie aromatiche, timo, santolina, santoreggia, ecc.	
Origine dell'azienda e dell'idea	Nessuno dei familiari aveva esperienza in agricoltura, per cui l'idea è nata dalla passione per le piante ed i fiori e per il fatto che non si volevano usare diserbanti e concimi sul terreno; inoltre c'era l'idea di fare qualcosa di nuovo e diverso, che non fosse ancora presente nell'agricoltura della zona e, soprattutto, un'azienda biologica. Si voleva creare un angolo di bello e colorato, fatto di piante aromatiche, fiori, alberi, senza per forza agganciarsi al mercato. La madre della conduttrice possedeva il terreno e la casa, che ora sono rispettivamente in affitto ed in proprietà della conduttrice. Per prima cosa è stato impiantato un noceto, con i finanziamenti CE dell'ob. 5b, per la forestazione; poi man mano sono state fatte continue prove ed esperimenti con diversi tipi di piante, al fine di vedere quali attecchivano meglio su un terreno argilloso, anche accettando i consigli del vivaista e dell'agronomo che ha fatto l'analisi del terreno.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Lavanda: 10-11 litri di olio essenziale; melissa: 5 kg circa, usata anche per il miele; camomilla: 3 kg (pianta biennale); noci : 15-20 kg. Il noceto, è un investimento a 20 anni. Le annate non sono tutte uguali: difficile quantificare. Le altre piante sono prodotte in piccole quantità, ma in grande varietà. 10 pastori tedeschi con affisso di cani del Monte Domini.	
Mano-dopera	Prevalentemente familiare: conduttrice e marito. La prima all'inizio faceva anche raccolta e cura delle piante, ora invece cura la direzione dell'azienda, l'immagine, la partecipazione a eventi (fiere, mostre, mercati), gli acquisti, il contatto con i clienti ecc. Il marito si occupa dell'allevamento. Nei momenti critici, soprattutto per la raccolta, si ricorre ai braccianti.	
Filiera	L'azienda ha un distillatore (62 litri) non sufficiente per il prodotto, usato per le prove. Lavanda distillata a Muccia (Varnelli); miele prodotto e confezionato da un apicoltore di Jesi. Prodotti confezionati in azienda: con gli oli candele profumate, profumi per ambienti, o venduti per massaggi; foglie e fiori essiccati per sacchetti profumati In periodi particolari cesti ed oggetti decorativi. I cani si danno ad allevatori; si vendono, si comprano, si prestano per accoppiamenti, si preparano e addestrano per i concorsi. La razza deve avere caratteristiche precise, fisiche e di comportamento per creare un'élite, un campione.	
2. Mercato		
Ampiezza	I prodotti si rivolgono a consumatori particolari, sono poco conosciuti. L'azienda, non ha l'obiettivo principale del mercato, che è, però, soprattutto locale e regionale. La vendita avviene soprattutto a fiere e mercati tipici e biologici, ma anche in azienda. Soprattutto il miele, è utilizzato anche per autoconsumo.	
Marchio	Marchio aziendale non registrato e marchio biologico; marchio "Agrishopping".	
Pubblicità	Sito Internet della regione Marche e due pagine Web personali, curate dal marito della conduttrice.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Negli ultimi anni c'è stata una crescita costante anche se bassa. Visto che l'obiettivo principale non è il mercato, i ricavi sono bassi e parte del prodotto resta invenduta.	
Principali voci di costo	Oggetti dell'artigianato locale e regionale per confezionamento: (vasetti e fornetti in terracotta a Fratte Rosa, cesti in vimini, ecc..), vasetti in vetro per il miele; cera per candele. Servizi di distillazione, trasformazione e confezionamento miele. Manodopera occasionale.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1995)	Impianto noceto; allestimento essiccatoio e deposito macchine; acquisto trattore, macchine e attrezzature per la coltivazione: un estirpatore, una motozappa; acquisto distillatore.
	A regime (1997)	Acquisto pulmino per spostamenti necessari alla partecipazione a fiere e mercati, costruzione rimessa per i cani.
	1999	Partecipazione a mostre e fiere, pubblicità, immagine.

FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1995)	Costruzione edifici, acquisto attrezzi e macchine, impianto alberi, acquisto distillatore.	Ob. 5b (2080/92 CE): per impianto noceto. Coperto 25% della spesa di impianto alberi e poco più del 3% degli investimenti iniziali.
A regime (1997)	Acquisto pulmino, costruzione rimessa.	Non richiesti.
1999	Fiere, pubblicità e immagine.	Non richiesti.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	È essenziale l'esposizione al sole, ma si è cercato di individuare il tipo di piante più adatte al terreno, che è in parte esposto al sole, in parte no, scosceso e ad una certa altitudine.
	Attrazioni	Nelle vicinanze ci sono un ristorante ed un maneggio, che portano gente anche in azienda.
	Accessibilità	L'azienda è sulla strada principale ed è poco lontana dai centri abitati.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Con aziende artigiane di Fratte Rosa (PS) per la fornitura del materiale di confezionamento. Con le altre aziende di piante officinali per scambio di informazioni e consigli e per cercare di creare una collaborazione. Con l'azienda di apicoltura; con l'azienda di distillazione.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Servizi di pubblicità, di immagine, Internet.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Terra Sana per la certificazione del biologico.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Partecipazione continua a molte fiere e mostre di prodotti tipici e biologici a livello locale e regionale soprattutto. Tra esse "Tipica", la fiera di San Paolo di Jesi, i mercati natalizi della zona. Si punta in modo particolare sulle fiere biologiche, che attirano la clientela più interessata a tali prodotti. Nel 2000 l'azienda ha partecipato per la prima volta alla fiera del biologico di Roma (dicembre). L'azienda aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
L'azienda ha avuto un grosso problema burocratico per l'ottenimento del finanziamento regionale (Reg. CE 2082/92), in quanto all'inizio erano stati garantiti 10 milioni di lire, in seguito è stato escluso l'acquisto del trattore, prima compreso, per cui è arrivato meno denaro del previsto e in ritardo. Ciò ha creato un clima di totale sfiducia verso l'ente pubblico. Esperienze negative si riconducono alla partecipazione ad alcune fiere come quella di Roma (dicembre 2000), dove sono stati spesi troppo lavoro, tempo e denaro nell'allestimento e l'ambiente era troppo grande e dispersivo. Bisogna conoscerle prima di parteciparvi, in modo da saper valutare bene l'effettiva convenienza ad investire denaro e tempo nell'allestimento e nella presenza allo stand nei giorni di apertura.		
5. Progetti per il futuro		
Creare un'associazione tra aziende simili, per rendere più incisiva la presenza sul mercato e valorizzare il prodotto; l'ideale sarebbe arrivare ad avere contratti personali di produzione che indichino ad ognuno cosa e quanto produrre. Iniziare una ricerca nel Nord Italia e all'estero per verificare l'interesse verso questi prodotti dove c'è una maggior conoscenza e cultura degli stessi, per cercare spunti e suggerimenti, confronti e prospettive di mercato. Migliorare ed ampliare il punto vendita, anche in vista dell'Agrishopping. Creare una varietà più ampia di oli essenziali, per collegarsi alla medicina naturale (ad esempio per i massaggi). Creare un campo di addestramento non aggressivo dei cani per portare gente in azienda e per sfruttare un appezzamento di terreno inutilizzato.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	Fatta con criteri diversi, l'idea è senz'altro ripetibile, le prospettive di mercato sono ampie, soprattutto al Nord e all'estero, dove ci sono più cultura su questi prodotti e più reddito. Quest'azienda non è redditizia, perché l'attività non è la principale e non è fatta con prospettive di guadagno, ma solo per passione, tanto che parte dei redditi dell'attività principale della conduttrice vengono investiti nell'azienda. È ripetibile, anche perché la produzione non crea problemi, pur richiedendo manodopera, poiché ogni ettaro di piante officinali produce una quantità elevata, se si applicano criteri ottimali. Più difficile è semmai la commercializzazione, in quanto sarebbe necessaria una persona che si occupa della partecipazione alle fiere e che faccia l'ambulante per la consegna della merce ai clienti.
2. Elementi di innovazione	L'idea è innovativa perché si è voluto creare qualcosa che non esisteva nella zona che, soprattutto, abbellisse e valorizzasse il territorio, dal punto di vista estetico, ma anche dal punto di vista della diversificazione delle coltivazioni e dei prodotti offerti dall'agricoltura. Anche l'obiettivo di realizzare una gamma diversificata di prodotti partendo dalle piante è innovativo; così come il forte senso di cooperazione dell'imprenditrice, la volontà di creare un'organizzazione tra aziende simili, nonché l'applicazione di studi e ricerche per la selezione delle piante e sulla tendenza del mercato.
3. Analisi SWOT	
Forza	Il mercato è potenzialmente molto ampio, data la rarità del prodotto nella zona, anche se difficile da abbordare. L'instaurazione di rapporti con aziende artigiane, così come la mentalità aperta alla cooperazione e il voler valorizzare il territorio con questi prodotti danno forza all'azienda. La pratica di due attività diversificate crea vantaggi ad entrambe, sia per il tipo di clientela, sia per i momenti di crisi dell'una, o dell'altra attività. L'esperienza acquisita nella professione principale dei gestori può essere importata nel settore agricolo.
Debolezza	Non si applicano i criteri di redditività, in quanto non costituisce attività principale per i gestori: i costi superano le entrate, poiché l'attività non ha come obiettivo la commercializzazione; ciò impedisce che si espanda. Il mercato e potenzialmente ampio, ma di difficile conquista, per la poca conoscenza degli usi di tali prodotti. È difficile anche trovare esperti del prodotto: distillatori, vivaisti ecc., o qualcuno che voglia ripetere l'esperienza.
Opportunità	Un accordo tra aziende simili dà all'impresa una maggiore forza, soprattutto se va a proporsi su mercati più aperti, che conoscono il prodotto, o se, comunque, compie sforzi di diffusione della conoscenza di tali prodotti nella zona, sfruttando le conoscenze e le informazioni acquisite attraverso gli studi e le ricerche.
Minacce	Il mercato è destinato a rimanere chiuso verso tali prodotti se non se ne diffonde la cultura, non solo presso i consumatori, ma anche tra gli eventuali produttori e tra chi potrebbe praticare attività a questa collegate.

4.6. Azienda agricola VERDEVITA

Località, comune (prov.)	Varano (AN)	
Distanza dal centro abitato	5 km da Ancona	
Altitudine (s.l.m.)	150 m	
Prodotto/servizio	Prodotti ortofrutticoli: azienda a conduzione biologica.	
NOTIZIE GENERALI		
3. Famiglia del conduttore	3 membri: conduttore aziendale e moglie di 34 e 37 anni, una figlia di 3 anni. Il conduttore ha come titolo di studio una laurea in scienze agrarie, la moglie la maturità. I due sono esclusivamente occupati in azienda, la moglie cura soprattutto la casa. Il conduttore non ha alcuna esperienza in agricoltura avendo svolto precedentemente solo lavori in altri settori (falegnameria, lavori stagionali).	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale a conduzione diretta	1990
Superficie aziendale	La superficie totale è di 4,93 ha, tutta in proprietà; di essa sono coltivati 4,5 ha, così suddivisi: 7000 mq ad ortaggi di stagione, 1000 mq di serre (da tre anni) per frutta ed ortaggi di stagione, il resto a frutteto, di cui 3000 mq sono occupati da vigneto da uva da vino e da tavola.	
Origine dell'azienda e dell'idea	Il conduttore aziendale ha avuto sempre un interesse particolare per l'ambiente, la salvaguardia del territorio e la salute della persona, quindi l'azienda è partita, fin dall'inizio con l'idea della coltivazione biologica. Sono stati acquistati casa e terreno e poi è stata ristrutturata la casa, per farne l'abitazione, attorno alla quale si snoda tutta la proprietà. Il conduttore ha raccolto le prime informazioni da altri coltivatori di prodotti ortofrutticoli, ma soprattutto si è fidato di sé stesso, facendo continue prove e tentativi di selezione, di innesto, di reimpianto, ecc., al fine di determinare, per il frutteto, le varietà che meglio resistono al clima della zona, che si ammalano di meno e che producono di più; infatti con il biologico alcune piante non riescono ed alcune varietà non resistono: molte piante sono state tolte a seguito di tentativi non riusciti. Per gli ortaggi è più facile, perché resistono meglio e sono prodotti stagionali; gli alberi da frutto devono vivere a lungo, per cui è importante selezionare le varietà migliori. Anche l'università, in questo è servita a poco, perché non si fanno esperienze pratiche. Si è puntato sulla varietà e sulla qualità, piuttosto che sulla quantità. L'azienda propone solo ed esclusivamente prodotti della stagione in corso e a coltivazione biologica. Si cerca di offrire la maggior varietà possibile.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Difficile quantificare, soprattutto per gli ortaggi: sono prodotti stagionali e ogni volta la quantità varia, inoltre ogni varietà occupa un piccolo appezzamento. In totale circa 350 q l'anno tra ortaggi e frutta. Una parte di frutteto è nuova e ancora non produce. Il frutteto comprende anche un vigneto per uva da tavola e da vino, questo per autoconsumo. Prodotti principali: pere, mele, pesche, albicocche, ciliegie. Le serre, non riscaldate, a rispetto delle norme di produzione biologica, contengono sia frutteto, sia ortaggi, per allungare il periodo di raccolta.	
Mano-dopera	Prevalentemente del conduttore e della moglie: saltuariamente si ricorre all'aiuto di una persona tuttofare. Il conduttore svolge tutte le funzioni: segue la vita delle piante, per evitare che contraggano malattie, effettua la raccolta e la vendita. Nei periodi di raccolta vengono in aiuto anche altri familiari.	
Filiera	Completamente in azienda: produzione, raccolta e, in parte vendita, il resto attraverso negozi di prodotti biologici. Il prodotto è venduto fresco di giornata. Per le vendite in azienda ci si serve di prenotazioni telefoniche.	
2. Mercato		
Ampiezza	Locale: 50% del prodotto è venduto in azienda, l'altra metà a dettaglianti di prodotti biologici dei dintorni, (La terra e il cielo); una parte alla cooperativa agricola "La Mustiola" di Cesena, azienda di distribuzione di prodotti biologici.	
Marchio	AMAB-IMC per il biologico; marchio aziendale, non registrato, però ritenuto utile per identificare i prodotti nei negozi; marchio "Agrishopping".	
Pubblicità	Non necessaria: si vende già tutto il prodotto. I clienti vengono a conoscenza dell'azienda con il passaparola, o andando prima in negozio e, dopo aver provato i prodotti, direttamente in azienda. Solo aumentando la produzione si potrebbe fare pubblicità.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Essendo l'azienda a regime da anni, nelle annate analizzate non ci sono grandi differenze di entrate.	
Principali voci di costo	Sostanze naturali per la concimazione del terreno e per le piante (letame, zolfo, solfato di rame) e dai semi degli ortaggi. Non si acquistano servizi da terzi, perché l'attrezzatura agricola è più che sufficiente.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1990)	Acquisto casa e terreno, ristrutturazione casa, impianto frutteto, acquisto di un trattore, di un aratro.
	A regime (1994)	Costruzione serre, reimpianto di parte del frutteto, acquisto di un secondo trattore e di un trinciatore.
	1999	Reimpianto parte del frutteto, investimenti strutturali per il futuro; acquisto di una vangatrice.

FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1990)	Impianto azienda, integrazione finanziamenti di terzi.	Impianto frutteto, acquisto trattore e aratro (Regione, 30% del prezzo d'acquisto); premio UE giovani agricoltori.
A regime (1994)	Costruzione serre, acquisto trattore e trinciatore; reimpianto parte del frutteto.	Nessuno.
1999	Reimpianto frutteto, acquisto mezzi; cura strutture.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	Sono state selezionate le varietà più adatte al clima ed al terreno, comunque il prodotto è avvantaggiato dal fatto che si trova in collina.
	Attrazioni	L'azienda si trova all'interno del Parco Regionale del Conero.
	Accessibilità	Strada impervia, ma non rappresenta un problema, perché i clienti vanno comunque volentieri in azienda; anzi c'è il vantaggio della tranquillità. In ogni caso l'azienda è ai bordi della città di Ancona, per cui facilmente raggiungibile.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Con agricoltori simili all'inizio, per avere informazioni e consigli; accordi di cooperazione tra produttori biologici.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Vendita a dettaglianti della zona.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; La Terra e il Cielo; Amab; consorzio Marchebio; cooperativa agricola La Mustiola (Cesena).
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Nessuna finora; probabilmente in futuro l'azienda prenderà parte a "Tipica". L'azienda aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Soprattutto di carattere burocratico, per i tempi lunghi che intercorrono tra la domanda e l'ottenimento dei finanziamenti dalla Regione. Nonostante questo in futuro si chiederà un finanziamento alla Regione, previsto dal PSR. Scelte sbagliate ed esperienze negative sono quelle fatte durante la selezione delle piante, quando si è dovuto toglierne e buttarne una certa quantità, prima di trovare quelle giuste. Sono state tagliate piante su 1 ettaro di terreno e c'è un innesto in corso su un ulteriore mezzo ettaro.		
5. Progetti per il futuro		
Allestire un punto vendita, che ora è solo virtuale, soprattutto in vista del progetto "Agrishopping"; acquistare un frigorifero per le mele; costruire un laboratorio per la trasformazione in marmellate ed altre conserve della frutta che, in alcuni periodi rimane invenduta: i raccolti non sono sempre regolari e, ancora meno le vendite, per cui, piuttosto che vendere a prezzi bassi, è meglio farne qualcos'altro. Allevare animali da cortile e volatili (polli, tacchini, ecc..) allo stato brado, su 1 ettaro di frutteto da recintare: il frutteto è tutto inerbito, ora l'erba viene trinciata e lasciata sul posto, questo potrebbe essere l'ambiente ideale per tali animali, perché lo spazio è ampio e vi trovano tutto il nutrimento necessario. Ampliare le dimensioni aziendali, ma i terreni circostanti sono tutti in proprietà. Il conduttore ritiene interessante anche una collaborazione eventuale con la facoltà di Agraria dell'Università di Ancona, che ha costituito un'azienda agricola per esperienze pratiche per gli studenti, ma egli sarebbe disposto ad accettarli nella sua azienda, perché sarebbero più a contatto con la realtà ed i problemi del mondo rurale.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	Il mercato è molto ampio ed in aumento: sempre più consumatori richiedono prodotti ortofrutticoli biologici, a causa dell'elevato numero di trattamenti che vengono somministrati normalmente a tali coltivazioni. Non ci sono elevate spese di impianto, se la dimensione aziendale rimane limitata, soprattutto gli ortaggi, che non hanno nemmeno problemi di resistenza essendo stagionali. Più problematico è il frutteto, per la necessità di selezionare le varietà che meglio si adattano al luogo in cui viene impiantato e per le malattie dalle quali può essere intaccato.
2. Elementi di innovazione	L'idea di fondo è di puntare sulla varietà e sulle varietà, piuttosto che sulla quantità, di fornire, cioè, il più vasto assortimento possibile stagionale, cosicché i clienti che vanno in azienda possano trovare tutto. Il frutteto comprende tutte varietà nuove, risultato di selezioni ed innesti per ottenere quelle più resistenti e più produttive, che danno meno problemi, visto che non si fa alcun tipo di trattamento (dal 2001 non si può usare nemmeno il solfato di rame), ma ciò non costituisce problema per il conduttore, il quale ha come obiettivo di abituare i consumatori a pretendere solo le varietà di stagione. L'idea delle conserve di frutta amplia la gamma produttiva aziendale e permette la diversificazione dei redditi, oltre che di ridurre gli scarti.
3. Analisi SWOT	
Forza	La vendita diretta permette di saltare i passaggi intermedi dei canali di distribuzione e di avere un contatto diretto con il consumatore, che anch'egli ricerca andando in azienda. Le ordinazioni telefoniche consentono di vendere un prodotto fresco di giornata, che dà maggiore credibilità all'azienda. La mentalità aperta alla collaborazione e le continue prove e ricerche migliorano la qualità produttiva ed aziendale nel complesso.
Debolezza	Il mercato offre possibilità infinite che non possono essere sfruttate per l'impossibilità di aumentare le dimensioni aziendali, in quanto i terreni circostanti sono tutti in proprietà e perché serve molta manodopera. Nei periodi di surplus produttivo non si riesce a piazzare tutto il prodotto come biologico e, anche nel caso in cui si riuscisse, si ottengono prezzi molto bassi. La cooperativa "La Mustiola" offre prezzi troppo bassi per i prodotti biologici.
Opportunità	Il progetto Agrishopping permetterà all'azienda di essere conosciuta su tutto il territorio regionale; una cooperazione con la facoltà di Scienze Agrarie gioverebbe ad entrambe le parti: gli studenti sarebbero più a contatto con la realtà agricola ed i suoi problemi e l'azienda avrebbe a disposizione la ricerca e gli studi, nonché una sorta di manodopera.
Minacce	Una stagione negativa dal punto di vista climatico potrebbe generare una grave perdita del raccolto e di entrate; i prezzi troppo bassi nei periodi di surplus possono creare problemi di sbalzi delle entrate, o di perdita di prestigio dell'azienda.

4.7. Azienda agricola ed agriturismo LA GIARA

<table>
<tr><td colspan="2">Località, comune (prov.)</td><td colspan="2">S. Paterniano, Serra de' Conti (AN)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Distanza dal centro abitato</td><td colspan="2">800 m da Serra de' Conti e da Montecarotto</td></tr>
<tr><td colspan="2">Altitudine (s.l.m.)</td><td colspan="2">350 m</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prodotto/servizio</td><td colspan="2">Verdicchio dei Castelli di Jesi DOC, con vigneto biologico; agriturismo.</td></tr>
<tr><td colspan="4">NOTIZIE GENERALI</td></tr>
<tr><td>1. Famiglia del conduttore</td><td colspan="3">7 membri: la conduttrice ed il marito, di età tra i 65 ed i 70 anni, con titolo di studio di scuola superiore ed ex lavoratori, ora in pensione, in altri settori. I 5 figli, di età tra i 28 ed i 37 anni, sono tutti laureati in varie discipline ed hanno attività principali in altri settori, solo uno in agricoltura. La conduttrice era insegnante, ma ha esercitato la professione per poco tempo e prima di iniziare l'attività agricola si occupava della casa e dei figli. Il marito è un ex impiegato dell'ENEL. La famiglia si è trasferita da Senigallia nel 1990.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2. Azienda</td><td colspan="2">Forma d'impresa</td><td>Anno di insediamento</td></tr>
<tr><td colspan="2">Ditta individuale</td><td>1983 l'azienda agricola;
1991 l'agriturismo.</td></tr>
<tr><td>Superficie aziendale</td><td colspan="3">10 ettari, tutti in proprietà, interamente a vigneto biologico per la produzione di Verdicchio dei Castelli di Jesi, DOC classico.</td></tr>
<tr><td>Origine dell'azienda e dell'idea</td><td colspan="3">L'azienda ha origine dall'eredità paterna della conduttrice. Fino al 1990 un mezzadro, poi diventato salariato con la scomparsa della mezzadria, si occupava del vigneto ed abitava la casa. L'idea dell'agriturismo è nata dai figli, soprattutto dai due laureati in Scienze agrarie ed in Chimica, che nei fine settimana ospitavano in campagna gli amici dell'Università (di Perugia) per andare al mare. Un ulteriore stimolo per la conduttrice era dato dalla possibilità di avere compagnia e di conoscere e stringere rapporti di amicizia con molte persone, provenienti da ogni parte.
Nel 1990, dopo il pensionamento del marito e il loro trasferimento a Serra de' Conti, hanno frequentato un corso di alcuni mesi sull'agriturismo presso l'azienda vinicola "Moncaro", con insegnamenti delle regole sul mangiare, del regolamento fiscale, di gestione ed organizzazione, alla fine del quale hanno ricevuto un attestato, dopo il superamento di un esame. All'inizio è stato sistemato il salone del primo piano, che è parte dell'abitazione; poi al piano terra, la vecchia stalla è diventata il salone vero e proprio dell'agriturismo. Anche la casa è a disposizione dei visitatori, nello spirito dell'agriturismo vero, dello stare con altre persone come fossero familiari, in un clima caldo ed accogliente e del far vivere loro la vita di campagna.</td></tr>
</table>

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Dipende da annate e stagione: in quelle buone, come il 1998 ottenuti 900-1000 q di uva; negli ultimi due anni, a causa della grandine, soltanto 300 q. L'agriturismo ha 4 camere per un totale di 9-10 posti letto, sempre occupate nel periodo estivo. Visto che deve rimanere chiuso, per legge, 95 giorni l'anno, è aperto sempre d'estate e, d'inverno, è chiuso il lunedì e il martedì. Il salone da pranzo ha 45-50 posti, è su prenotazione ed ospita anche matrimoni e cerimonie. Offre piatti tipici della zona, secondo i prodotti di stagione.	
Mano-dopera	Familiare, della conduttrice e dal marito: la prima si occupa della conduzione dell'agriturismo; il secondo del vigneto e delle ristrutturazioni, avendo la passione dell'arte, della pittura, della scultura ha provveduto a tutte le ristrutturazioni. Nei periodi di punta, i figli che abitano nelle vicinanze danno una mano. Uno o due operai stagionali svolgono le operazioni di potatura, legatura e vendemmia.	
Filiera	Uva conferita all'azienda vinicola Moncaro che ne fa una pigiatura a parte; si riprendono le bottiglie per l'autoconsumo e per l'agriturismo Si usano tutti prodotti regionali e soprattutto locali: animali (tenuti fuori azienda per il cattivo odore, dal figlio ad Ostra Vetere o presi dai vicini), pasta (Ercoli di Montecosaro), latte (Tre Valli di Ancona), formaggi (Chessa di Montecarotto), verdure e frutta (azienda ortofrutticola del figlio di Ostra Vetere), legumi come ceci, cicerchia, lenticchie, ecc.. tipici di Serra de' Conti. L'azienda usa solo prodotti biologici.	
2. Mercato		
Ampiezza	Della vendita del vino si occupa soprattutto la Moncaro, ma alcune bottiglie si vendono anche in azienda al mercato locale. I clienti dell'agriturismo vengono da tutta Italia e anche dall'estero: Germania ed Inghilterra.	
Marchio	Moncaro per il vino.	
Pubblicità	Su riviste e guide specializzate: Turismo verde, Agriturist, Terranostra, Vacanze in campagna, House Country, e su Internet, tramite la CIA, per il turismo di qualità. Contattata dal Touring Club per l'inserimento nella guida.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Differenza nelle entrate per il calo della produzione tra 1998 e 1999. I ricavi da agriturismo sono più immediati ed in crescita.	
Principali voci di Costo	Manodopera extra familiare, oneri finanziari su mutui bancari, acquisto materie prime e semilavorati per l'agriturismo; servizi di vinificazione. I costi per l'agriturismo incidono per circa il 30% sui ricavi generati dallo stesso. L'incidenza dei costi per il vigneto cambia molto nei tre anni esaminati: è di circa il 20% negli anni migliori, mentre nell'ultimo periodo è del 60%.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1983)	Ristrutturazione in economia del primo piano della casa e della chiesa attigua, utilizzata per cerimonie.
	A regime (1990)	Ristrutturazione vecchia rimessa degli attrezzi, adibita a camere; ristrutturazione ex-stalla (piano terra della casa), adibito a salone; costruzione cucina; acquisto trattore, carrelli e attrezzature per il vigneto.
	1999	Reimpianto progressivo del vigneto, 2000 viti circa.
FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1983)	Vendita terreni; ristrutturazione di parte della casa e chiesa attigua.	Mutui bancari.
A regime (1990)	Acquisto trattore e attrezzature per vigneto; ristrutturazioni.	Contributo (Regione) per ristrutturazione e per agriturismo. Mutui bancari.
1999	Reimpianto di parte del vigneto.	Mutui bancari.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	Zona del Verdicchio dei Castelli di Jesi DOC classico; la collina è importante per il sole, l'aria ed il terreno che rendono il vino particolare; l'agriturismo sfrutta il fatto della tranquillità e dell'aria salubre e della bella vista panoramica.
	Attrazioni	Strada delle fattorie; nelle vicinanze si trovano le grotte di Frasassi ed il parco della Gola della Rossa. L'agriturismo fa attrazione da sé per le vacanze in campagna. La chiesa, parte del comprensorio aziendale, è del 1200 d. C.
	Accessibilità	Facile da trovare e ben indicato, strada asfaltata e comoda, vicina a due centri abitati.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Con un apicoltore della zona per il miele; con agricoltori della zona per animali e prodotti ortofrutticoli; con l'azienda agricola Chessa per i formaggi; con il "Gruppo Bonusanza" di Serra de' Conti per i legumi; con allevatori di Fabriano per gli insaccati. Con l'agriturismo "Le Muracce" di Ostra Vetere per sistemare clienti in mancanza di posti letto e per scambio dei prodotti.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Servizi di vinificazione da azienda vinicola "Moncaro" di Montecarotto.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Moncaro; consorzio agrario per informazioni, consigli e pareri tecnici sui prodotti; CIA.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda ha aderito al progetto "Scuola in fattoria" della CIA, finalizzato, nello specifico, a far conoscere ai ragazzi delle città come si coltiva la vite e gli animali. Le classi o i gruppi possono restare uno o più giorni, visitare l'azienda, vedere gli attrezzi agricoli in uso, fare domande ed avere spiegazioni, partecipare alla vita di campagna e alle fasi più importanti della vita del vigneto, prima tra tutte la vendemmia. Gli animali possono essere osservati presso gli agricoltori del vicinato. In alternativa possono passare un pomeriggio in azienda per le merende. L'azienda ha già ricevuto la visita di alcune scuole della zona per vedere la chiesa, che è di notevole interesse storico e della quale i proprietari conoscono le vicende.		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Con gli enti pubblici: con la Regione per i tempi lunghi dei finanziamenti e perché non ha dato quanto previsto; con il Comune per la mancanza di strutture e servizi come il trasporto pubblico fino al centro abitato per gli anziani della zona, i cassonetti per la raccolta differenziata e così via.		
5. Progetti per il futuro		
Rendere il luogo sempre più accogliente; aumentare il numero delle camere per soddisfare la domanda, ma è difficile per i ritardi dei finanziamenti; risistemare la chiesa con i finanziamenti del terremoto, che ne è stata colpita; installare di nuovo gli animali; portare avanti l'esperienza didattica.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'esperienza dell'agriturismo è ripetibile per la scarsa presenza di attività simili nella zona, intesa soprattutto nel senso dello spirito dell'accoglienza con cui è svolta. La difficoltà è data dalle considerevoli spese di impianto e di ristrutturazione, se non si possiede un minimo di strutture. L'attività didattica è sicuramente fattibile senza grandi investimenti, ma con la semplice disponibilità ad accogliere ed assistere gli ospiti. Anche il vigneto biologico ha un potenziale attrattivo alto sul consumatore e ciò può aprire un ampio mercato, soprattutto se fatto con opportuni criteri di personalizzazione ed identificazione del prodotto.
2. Elementi di innovazione	Innanzitutto il progetto didattico, ma anche tutta la concezione di fondo dell'agriturismo, che è quella di stringere rapporti di amicizia duraturi con gli ospiti, di far vivere la vita di campagna, di creare un clima familiare, caldo ed accogliente, di far gustare prodotti e piatti tipici della zona e così via. L'applicazione delle capacità artistiche del marito della conduttrice sono un'ottima fonte che attribuisce ulteriore valore ed originalità all'azienda.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'agriturismo, fatto nel vero senso della parola, è un punto importante a favore dell'azienda, che la rende unica nella zona, così come il progetto didattico. La chiesa, ma soprattutto le ristrutturazioni, gli affreschi, le sculture, le costruzioni in legno ed altri lavori compiuti dal marito della conduttrice costituiscono un'attrazione unica. La posizione è ottimale da molti punti di vista: il panorama, la tranquillità, la vicinanza a luoghi di interesse ecc.; la disponibilità e l'accoglienza sono ottime.
Debolezza	Il vino non è personalizzato dall'azienda con un marchio o un segno di riconoscimento, che sarebbero invece opportuni, soprattutto perché la quantità prodotta è considerevole; le camere sono poche, in confronto alla domanda già molto elevata e sempre in aumento: le richieste non soddisfatte sono molte soprattutto in estate.
Opportunità	Il progetto "Scuola in fattoria" può ampliare ulteriormente la fascia di consumatori e clienti tramite il passaparola genitori – figli che hanno visitato l'azienda, genitori – amici e così via. Un marchio aziendale per il vino consentirebbe di praticare prezzi più alti, quindi di avere entrate ulteriori e diversificate, oltre che la conquista di un più ampio mercato, magari attraverso la vendita diretta in azienda.
Minacce	Gli operai esperti del vigneto sono in età avanzata e non sono facilmente sostituibili, per la mancanza di manodopera specializzata tra i giovani; i ritardi della Regione nella corresponsione dei finanziamenti causano perdite di entrate all'azienda per l'impossibilità di fare investimenti nell'aumento degli alloggi e nella risistemazione della chiesa.

4.8. Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI

Località, comune (prov.)	Stacciola, S. Costanzo (PS)	
Distanza dal centro abitato	5 km da Marotta	
Altitudine media aziendale	100 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Seminativi, olio, vino, prodotti ortofrutticoli, mandorle; agriturismo: stanze ed appartamenti a mezza pensione o solo pernottamento; area di addestramento cani da caccia, con allevamento di lepri per l'addestramento, e di animali da cortile per l'agriturismo e l'autoconsumo.	
NOTIZIE GENERALI		
3. Famiglia del conduttore	4 membri, la conduttrice ed il marito, tra 45 e 50 anni e due figli, tra 15 e 20 anni. La conduttrice è laureata in matematica e prima era insegnante; il marito è geometra ed ha come occupazione principale un impiego in banca, come secondaria quella di agricoltore. I figli sono studenti.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale a conduzione diretta.	1980 l'azienda agricola; 1994 l'agriturismo.
Superficie aziendale	75 ettari, tutti in proprietà, di cui coltivabili e coltivati 73,5, così suddivisi: 2 ha ad oliveto; 9 ha a vigneto (di cui 6 ha a Bianchello del Metauro e 3 ha a Sangiovese); 5000 mq ad ortaggi; 1 ha a mandorle; 4 ha a frutteto; 29 ha a seminativi; due recinti, uno di 25 ha ed uno 2 ha per l'addestramento cani.	
Origine dell'azienda e dell'idea	La conduttrice ha ereditato, a fine anni '70, parte del terreno e la casa, più altri terreni a Jesi, venduti per acquistarne altri attigui alla proprietà. Doveva decidere se iniziare un'attività diversa, o vendere tutto. In famiglia nessuno aveva esperienza in agricoltura: il padre era insegnante, la madre farmacista. I terreni erano coltivati da mezzadri a seminativi e all'inizio si è continuato allo stesso modo; più tardi (fine anni '80) i prezzi dei seminativi sono calati, così, due anni dopo è stato impiantato il frutteto, poi l'orto ed il vigneto, per diversificare e per puntare sulla varietà e sulla qualità. Si è iniziato con tre varietà di albicocche, per arrivare, oggi, a nove, al fine di avere tempi di raccolta diversi; poi pesche ciliegie, susine e così via. Da sei anni i seminativi sono a biologico, il vigneto ed il frutteto a lotta integrata: i prodotti chimici incidevano per il 40–45% sul bilancio aziendale e impoverivano ed intossicavano il terreno. Dal 2001 le due cose non si possono più abbinare, quindi i terreni andranno in conversione. L'agriturismo è iniziato nel 1994, dopo la sistemazione della prima casa; la seconda (gli appartamenti) è stata ultimata nel 2000. L'idea dell'addestramento è nata tre anni fa, da una recinzione installata per proteggersi dai furti.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	Pesche: 1200 q l'anno; albicocche: 500-600 q l'anno; mandorle: 20 q l'anno; lepri: alcuni capi; conigli: 150 capi; polli: 50 capi; ovicaprini: 10 capi; uva: circa 80-100 q ad ha; olio: da 0,5 a 3 q, ma dipende dall'annata; ortaggi: 100 q l'anno circa; seminativi: grano, erba medica, girasole. L'agriturismo comprende posti per 12 persone in 3 camere e 3 appartamenti.		
Mano-dopera	Tutti i familiari prestano attività in azienda. D'estate ci si occupa prevalentemente, dei lavori nei campi, dell'agriturismo e della clientela; d'inverno, della burocrazia. I figli sono lavoratori salariati in azienda, inoltre vi sono 2 salariati a tempo determinato e 7 avventizi, per i periodi di punta.		
Filiera	In azienda si vende di una parte della frutta, ortaggi, animali ed olio. In parte usati per l'agriturismo e per autoconsumo familiare. I seminativi, l'uva e la restante frutta ed ortaggi sono conferiti a cooperative di trasformazione. L'addestramento cani avviene nel terreno recintato: il cliente porta il cane e l'addestratore; l'azienda mette a disposizione la selvaggina.		
2. Mercato			
Ampiezza	Locale: vendita in azienda a privati o a clienti dell'agriturismo; eventuali eccessi venduti a cooperative di distribuzione o ai mercati locali; l'uva è conferita alla cantina sociale di Cesena; il grano (biologico) al mulino Grassi di Parma; l'erba medica a trasformatori della zona; l'agriturismo ha mercato nazionale e, dal 2000, anche internazionale (Germania ed Inghilterra); l'area di addestramento cani ha mercato regionale.		
Marchio	Solo marchio "Agrishopping".		
Pubblicità	L'agriturismo è pubblicizzato tramite il sito Internet aziendale, agenzie di viaggi e vacanze all'estero; presente su varie guide degli agriturismi.		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Non sono sostanzialmente cambiati nelle tre annate esaminate, derivano soprattutto dall'attività agrituristica: 20% circa dei ricavi totali;quelle per l'attività di addestramento cani sono ancora cifre irrilevanti rispetto alle entrate totali, ma comunque in aumento costante nei tre anni esaminati.		
Principali voci di costo	Manodopera non familiare; concimi organici; manutenzione di macchine ed attrezzi; materie prime e semilavorati per l'agriturismo; servizi di trebbiatura; ammortamenti fabbricati, macchine ed attrezzi.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1980)	Essendo l'azienda già funzionante e avendo proseguito l'attività come in precedenza, all'inizio non sono stati fatti investimenti rilevanti.	
	A regime (1992)	Acquistati altri terreni e ristrutturata la prima casa per l'agriturismo.	
	1999	Ristrutturazione casa per agriturismo (appartamenti), rinnovo di alcune attrezzature.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1980)		Nessuno.	Nessuno.
A regime (1992)		Vendita trebbiatrice; integrazione contributi regionali.	Contributo regionale miglioramento aziendale (l. Reg. 797); contributo regionale per impianto frutteto.
1999		Ristrutturazione seconda casa per l'agriturismo; acquisto attrezzature varie.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	Per le coltivazioni nessun vantaggio particolare. Per l'agriturismo la zona è buona per il pernottamento, perché gli altri fanno solo ristorazione e c'è molta richiesta per i pernottamenti; la zona è tranquilla, lontana dal caos e dal traffico. Per l'addestramento cani c'è grande disponibilità di spazio.
	Attrazioni	Il mare è a pochi km.
	Accessibilità	Non facilmente rintracciabile se non si hanno indicazioni precise, ma la strada, tranne un ultimo tratto, è comoda e non lontana dalle grandi vie di comunicazione (uscita dell'autostrada) e dalla ferrovia.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Non della zona, perché la loro idea di agricoltura è molto diversa; ma con altre aziende simili, per scambio di consigli ed informazioni; per l'acquisto di prodotti necessari per l'agriturismo.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Servizi di trebbiatura; Mulino Grassi di Parma per il grano biologico; Agrifruit per la frutta; vitivinicola di Cesena per l'uva.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Consorzio fitosanitario per l'assistenza tecnica; altre organizzazioni professionali per la formazione.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda ha partecipato a qualche fiera e mercato tipico della zona; aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Soprattutto problemi burocratici e di tempo per ottenere materialmente i finanziamenti regionali; alcune incomprensioni con i vicini, che hanno una concezione tradizionale e quindi diversa, di agricoltura. Tante scelte sbagliate all'inizio, per individuare le varietà di frutta giuste per il terreno e per il clima, per individuare le cooperative e le aziende di trasformazione più affidabili e le organizzazioni giuste da cui prendere consigli e suggerimenti. Sono stati seguiti a volte consigli sbagliati, oppure sono state fatte scelte sbagliate, da soli.		
5. Progetti per il futuro		
Diverse idee, la cui realizzazione dipende anche dalla volontà dei figli a proseguire l'attività aziendale. Istituire un laboratorio di trasformazione della frutta; allestire un vero e proprio punto vendita in vista dell'Agrishopping; destinare una parte del terreno al granturco biologico, per confezionarne dei sacchetti di farina per polenta da vendere e da fornire al paese vicino (S. Costanzo) per la sagra della polenta; allestire un'area campeggio vicina all'agriturismo, dove ora sorge un campo da tennis che è franato; allevare alcuni capi di quaglie per l'addestramento dei cani.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'attività agrituristica è ripetibile per l'assenza di strutture simili che offrono possibilità di pernottamento; ma implica elevati investimenti strutturali per l'acquisto dell'edificio (se non si possiede) e per la sua ristrutturazione. Anche se la coltivazione biologica può non sembrare più una novità, è sicuramente positivo ed elevato il suo livello di ripetibilità, per le sempre maggiori richieste di tali prodotti da parte dei consumatori. L'attività di addestramento cani non è da sottovalutare, perché di estrema originalità e sicuramente unica della zona, quindi può aprire un grosso varco sul mercato che, anche se specifico, non è piccolo, poiché la regione Marche è tra le prime in Italia per numero di cacciatori.
2.Elementi di innovazione	La volontà di seguire la propria mentalità e la propria idea di agricoltura ha portato la conduttrice a cambiare totalmente volto all'azienda, per rompere con la tradizione, per diversificare, per valorizzare il territorio ed i prodotti, aumentando la varietà offerta, introducendo il metodo biologico e iniziando l'attività agrituristica. L'azienda è stata la prima della zona per l'agriturismo e per aver introdotto il biologico e la lotta integrata.
3. Analisi SWOT	
Forza	La mentalità innovativa e multifunzionale dell'agricoltura, differenzia l'azienda rispetto alle altre della zona. La diversificazione produttiva permette delle entrate assicurate dall'una o dall'altra attività. L'agriturismo giova del fatto che nella zona non ne esistono altri che offrono il pernottamento, nonché della tranquillità e della vicinanza alla costa. È molto richiesto e ciò porta rapide e consistenti entrate all'azienda. Si è puntato all'indipendenza dai servizi di terzi, dotandosi di un parco macchine quasi completo (tranne per la trebbiatura), che è conveniente date le dimensioni della superficie.
Debolezza	I prodotti aziendali mancano di un marchio di identificazione, per cui non sono riconducibili all'azienda produttrice. Mancano nella zona e, forse anche nella Regione, aziende di trasformazione e di distribuzione dei prodotti biologici, per cui l'azienda è costretta a rivolgersi ad altre regioni.
Opportunità	Un marchio aziendale per i prodotti potrebbe far acquistare agli stessi ed all'azienda maggiore forza sul mercato, soprattutto in vista del fatto che anche le piantagioni stanno andando in conversione; si potrebbe privilegiare il mercato locale rispetto a quello del Nord Italia per la trasformazione e la distribuzione dei prodotti. L'area di addestramento cani andrebbe ulteriormente valorizzata e pubblicizzata.
Minacce	La diversa mentalità degli agricoltori vicini può rendere la coltivazione biologica meno integra, per lo meno ai bordi della proprietà.

4.9. Azienda agraria FANOFLOR

Località, comune (prov.)	Belgatto, Fano (AN)	
Distanza dal centro abitato	1 km da Fano	
Altitudine media aziendale	10 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Produzione e vendita di fiori e piante.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	6 membri: il conduttore e la moglie hanno meno di 45 anni; le 4 figlie hanno tra 11 e 21 anni, tutte studenti. Il conduttore aziendale ha un diploma di perito agrario, la moglie ha completato la scuola dell'obbligo. L'occupazione principale di entrambi è in azienda; inoltre la moglie si occupa anche della casa ed il conduttore svolge pure attività occasionale di consulenza e seminaristica nel settore. Precedentemente era impiegato tecnico agricolo e poi ha insegnato materie agrarie alla scuola professionale.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Società di persone (ss)	1987
Superficie aziendale	1,4 ettari tutta in proprietà; coltivata 1 ha, di cui 0,4 ha a seminativi e 0,6 ha ricoperto da serre. I restanti 0,4 ha sono occupati da parcheggio, rimessa degli attrezzi, accessori esterni ed incolto.	
Origine dell'azienda e dell'idea	Il conduttore ha avuto, anche tramite i genitori, da sempre esperienza in agricoltura. Anche la sua attività precedente era nel settore, egli dirigeva, infatti, la cooperativa agraria "La Fragaria" di Casine di Ostra. In seguito ha deciso di aprire un'attività in proprio, iniziando con prodotti orticoli e floristici. I primi sono stati poi abbandonati, al fine di specializzarsi nel florovivaismo, per la congiuntura economica estremamente favorevole a quel settore in quel periodo. Continuamente si fanno prove di inserimento di piante nuove, per vedere la loro capacità di resistenza nell'ambiente ed il favore che incontrano sul mercato. Nelle serre si applica il metodo della lotta integrata da sette anni, per cui si fa un bassissimo uso di pesticidi (circa 2 kg l'anno). Il conduttore svolge anche attività seminaristica e convegnistica nel settore, alla facoltà di Scienze Agrarie, agli istituti professionali, nonché collaborazione nella ricerca e nelle analisi di laboratorio.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	Normalmente presenti in azienda 700-800 mila piante durante l'anno, della più ampia varietà possibile; è difficile dire quante piante di ogni tipo ci sono, perché sono moltissime varietà ed ognuna in numero diverso secondo il periodo dell'anno, le richieste del mercato, le vendite, la stagione, ecc. Si provano continuamente nuove varietà, scoperte con l'attività di ricerca, per sperimentarne l'andamento di mercato e il grado di sopravvivenza nella zona, indipendentemente dalle serre.		
Mano-dopera	Tranne nei periodi di punta, come le festività e le occasioni particolari, è esclusivamente familiare: prestano attività il conduttore, che si occupa della produzione soprattutto, la moglie, la sorella ed il cognato. Tutti si occupano principalmente della produzione, il conduttore cura anche l'area amministrativo – contabile. Nei momenti di bisogno si ricorre ad avventizi.		
Filiera	Si acquistano le talee, le piante giovani, o le sementi, secondo il tipo di fiore o di pianta. Ci si approvvigiona presso grossisti per il 50% e da produttori per il restante 50%. Le piante crescono nelle serre, ognuna per il tempo specifico necessario a raggiungere il periodo di maturità, momento nel quale sono pronte per la vendita che avviene in azienda. I raccolti dei seminativi sono effettuati tramite l'acquisto dei relativi servizi da terzi e sono conferiti ad aziende di trasformazione della zona.		
2. Mercato			
Ampiezza	È provinciale, ma si estende alle province confinanti, anche delle altre regioni.Le vendite sono effettuate per il 40% a privati (consumatori finali) e per il 60% a dettaglianti.		
Marchio	Marchio aziendale; marchio "Aflor Marche": Associazione Florovivaistica delle Marche.		
Pubblicità	Su quotidiani e su periodici a tiratura regionale e nazionale e anche per via radiofonica.		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Soprattutto generati dall'attività florovivaistica; irregolari, concentrati in periodi particolari, come le festività. Il valore delle scorte di prodotti finiti è pure considerevole.		
Principali voci di costo	Acquisto di materie prime: piante, talee e sementi; energia, ammortamenti.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1987)	Acquisto del terreno, costruzione delle serre, degli impianti di riscaldamento, e di innaffiamento a sub – irrigazione.	
	A regime (1988)	Installazione generatore automatico di corrente; acquisto rinvasatrice, seminatrice, camion e computer per automatizzazione della struttura.	
	1999	Rinnovo strutture, acquisto di uncamion, ampliamento della produzione e delle varietà.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1987)		Investimenti iniziali.	Premio UE di insediamento giovani agricoltori: 10% degli investimenti iniziali; mutui bancari.
A regime (1988)		Acquisto impianti e macchine.	1995: contributo di miglioramento aziendale (l. Reg. 797); 1996: contributo di miglioramento aziendale.
1999		Acquisto camion.	Mutui bancari.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il Prodotto	Sarebbe preferibile la collina, per avere maggiore illuminazione per le piante.
	Attrazioni	Nessuna in particolare.
	Accessibilità	L'azienda si trova sulla strada provinciale e ad 1 km dal centro, per cui attira molta clientela di passaggio.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Per acquisto materie prime, per scambio di informazioni e consigli. Gemellaggi con agricoltori rumeni, cechi e slovacchi per manifestazioni, scambio di informazioni e consigli.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Con il commercio al dettaglio, per la vendita di prodotti finiti. Con aziende di trasformazione per i seminativi.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; UPA; Aflor Marche.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda prende parte a una decina di manifestazioni l'anno nella regione e a livello locale; due volte l'anno partecipa a "Flormart", fiera florovivaistica di Padova e anche alla fiera mondiale quinquennale "Euroflora" di Genova. In previsione la partecipazione a manifestazioni in Germania ed in Croazia. Inoltre realizza gemellaggi con agricoltori ed aziende della Romania, della Repubblica Ceca e della Slovacchia. Il conduttore svolge attività seminaristica e convegnistica presso le Università.		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
All'inizio dell'attività ci sono stati problemi di carattere burocratico con gli enti pubblici per l'ottenimento dei finanziamenti, ma ora si ottengono più facilmente. Le scelte sbagliate e le esperienze negative sono state fatte, e si fanno tuttora, anche se in misura minore, durante la fase di studio per la ricerca di nuove piante e nella fase di introduzione delle stesse, soprattutto perché non sempre esse sono apprezzate dai consumatori.		
5. Progetti per il futuro		
Il conduttore ha in mente un progetto di valorizzazione della flora mediterranea, da realizzarsi in forma associativa, con altre aziende simili o altri soggetti interessati, che comprenda la coltivazione, la promozione e la commercializzazione di tali specie, vale a dire tutte le fasi. Inoltre intende continuare ed approfondire l'attività di ricerca e di introduzione di nuove specie e nuove piante, al fine di diversificare l'offerta.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	Il settore è sviluppato ed il mercato, dal lato dell'offerta, è abbondante, per cui il grado di ripetibilità di quest'attività in generale può essere giudicato abbastanza basso. Se però l'attività è svolta con determinati criteri, come, ad esempio, quelli adoperati da quest'azienda, la ripetibilità è maggiore, anche se non tra le più elevate: le continue prove ed il contatto diretto con il mondo dell'Università e della ricerca, sono un importante valore aggiunto per l'azienda. Ancora di più se queste attività parallele sono svolte dall'imprenditore in persona, perché si ha un confronto continuo e le novità a portata di mano.
2. Elementi di innovazione	L'attività di ricerca, abbinata al settore agricolo costituisce, anche in questo caso un elemento di innovazione, soprattutto se svolta in prima persona dall'imprenditore, anche se il settore è più maturo ed il mercato ha un livello di saturazione maggiore di altri. Ciò permette infatti all'azienda di essere sempre aggiornata e di offrire sul mercato le novità prima degli altri. Anche le tecniche usate per la coltivazione, come ad esempio il sistema di sub – irrigazione, o la lotta integrata possono costituire elementi di novità.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'imprenditore, impegnato in prima persona nello studio e nella ricerca di nuovi prodotti, ha la possibilità di riportare questi risultati in azienda, introducendo varietà nuove e selezionate, prima di altri sul mercato, il che contribuisce a dare una possibilità in più all'azienda. Il continuo confronto con realtà esterne diverse tra loro, dall'Università, ad altre aziende agricole simili sia in Italia che all'estero, determina un grosso vantaggio per l'azienda.
Debolezza	Essendo l'attività florovivaistica abbastanza diffusa, la concorrenza sul mercato è maggiore di quella di altre attività agricole, per cui la fetta di mercato conquistabile da ognuno è minore.
Opportunità	La stima di cui gode l'azienda sul mercato e presso i finanziatori facilita l'ottenimento di fondi per l'ampliamento dell'attività, sia a livello quantitativo, sia, e soprattutto a livello qualitativo, al fine della diversificazione dell'offerta e della realizzazione dei progetti per il futuro, di valorizzazione di alcune specie, che sono avvantaggiate anche dall'attività abbinata della ricerca.
Minacce	Non ve ne sono di particolari, perché l'azienda è molto affermata nel suo settore, ma ve ne potrebbero essere se il conduttore smettesse l'attività di ricerca sulla quale l'azienda è basata, e allentasse i contatti con l'Università e con gli altri floricoltori, in quanto gli aggiornamenti arriverebbero in ritardo rispetto ad ora.

4.10. Azienda agricola MASCIOLI

Località, comune (prov.)	Montalto Tarugo, Fossombrone (PS)	
Distanza dal centro abitato	7 km da Fossombrone	
Altitudine media aziendale	450 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Allevamento e vendita diretta di carni bovine al secondo anno di conversione per il biologico; coltivazione di seminativi con metodo biologico.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	4 membri: l'imprenditore, di 27 anni di età, la sorella 20 anni, i genitori, tra 50 e 53 anni. Il conduttore ha come attività principale quella aziendale e come secondaria la coltivazione dei terreni paterni; i genitori sono coltivatori e, come seconda attività aiutano il conduttore nella sua attività. Il titolo di studio dell'imprenditore è di perito agrario, la sorella è studente, i genitori hanno concluso la scuola dell'obbligo.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Conduzione diretta	1996
Superficie aziendale	10 ettari, tutti in proprietà, di cui 5,5 ha coltivati; il resto è non coltivabile, costituito da bosco, dirupi, ecc., essendo l'azienda localizzata in collina. Della superficie coltivabile, 1ha è a grano tenero, 4,37 ha ad erba medica, 1000 mq a vite.	
Origine dell'azienda e dell'idea	Il conduttore ha sempre avuto esperienza in agricoltura, tramite i genitori, che sono coltivatori diretti. Dopo alcuni anni di pratica nel settore agricolo, partecipando all'attività di famiglia, egli ha deciso di iniziare un'attività propria per rimettere in funzione la stalla che era rimasta inutilizzata per 10 anni. Inoltre ha voluto fare qualcosa di diverso ed alternativo aprendo uno "spaccio verde", cioè un punto vendita carni in azienda. L'allevamento avviene in stalla ed è al secondo anno di conversione per il biologico: il bestiame è alimentato esclusivamente a cereali ed erba medica. All'inizio aveva sia la razza Chianina, sia la Marchigiana, ma la prima ora è stata dismessa, perché aveva una carne troppo dura. La coltivazione con metodo biologico sui seminativi è stata introdotta nel 1998, per prova. Si applica la rotazione delle colture. L'azienda paterna fornisce la disponibilità di macchine ed attrezzature agricole per la lavorazione dei terreni e, in caso di bisogno, il servizio stesso.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	Bovini: 15-16 capi l'anno; suini: 6 capi; carni bovine: 80 q di peso vivo, corrispondente a 49 q di peso morto l'anno; grano tenero biologico: 20-25 q ad ettaro; erba medica: 300-350 q ad ettaro.		
Mano-dopera	Esclusivamente familiare; il conduttore è impegnato a tempo pieno e si occupa di tutte le operazioni necessarie, sia alle coltivazioni, sia alla stalla, tranne la macellazione. Il padre ha altri terreni, collabora regolarmente con il conduttore; la madre aiuta nei momenti di maggior bisogno.		
Filiera	Si acquistano i vitelli svezzati e si fanno crescere fino a 4,5-5 q nelle stalle. C'è un punto di trasformazione carni in azienda: una macelleria attrezzata nel quale va regolarmente un macellaio per il servizio di macellazione. I seminativi raccolti sono utilizzati per l'alimentazione dei bovini e ciò che avanza si vende ad aziende di trasformazione. I suini ed il vino prodotto dal vigneto servono per l'autoconsumo familiare.		
2. Mercato			
Ampiezza	La produzione si rivolge esclusivamente ai consumatori finali. La vendita si svolge solo in azienda, dove i privati vanno di tanto in tanto per una scorta settimanale o anche più abbondante. Il mercato è locale o poco più; in genere si riesce a soddisfare la domanda, ma dal momento che ci sono periodi di punta, a volte il prodotto non è sufficiente. L'evento della "mucca pazza" ha portato molti nuovi clienti. I seminativi che non servono per l'alimentazione dei bovini, sono venduti ad aziende di trasformazione (mulini), o a commercianti della zona.		
Marchio	Il marchio aziendale non è ritenuto necessario in quanto si vende esclusivamente in azienda.		
Pubblicità	Nessuna per ora, ma c'è in progetto la costruzione di un sito Internet.		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Le vendite sono iniziate solo nel secondo trimestre del 1997. Nonostante ciò l'azienda è immediatamente entrata in un regime regolare di vendite, realizzando fatturati non molto differenti da un anno all'altro di quelli esaminati.		
Principali voci di costo	L'acquisto dei capi svezzati incide sulle entrate per oltre il 50%. Altri costi: servizi da terzi di macelleria, di lavorazione dei terreni. Costi minori riguardano gli ammortamenti, l'eventuale acquisto di mangimi naturali (orzo, grano, mais) per il bestiame, se quello aziendale non è sufficiente e le spese generali per il materiale di confezionamento delle carni.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1996)	Acquisto terreni, rimessa in funzione stalla e costruzione locale di lavorazione carni; acquisto attrezzature e macchine di lavorazione carni.	
	A regime (1997)	Nessuno.	
	1999	Nessuno.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1996)		80% degli investimenti totali finanziati con mezzi propri.	Premio UE di insediamento giovani agricoltori (30 milioni di lire).
A regime (1997)		Nessuno.	Nessuno.
1999		Nessuno.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	Dal momento che gli animali sono in stalla, non c'è un particolare giovamento per il fatto di trovarsi in collina, se non per la tranquillità e la lontananza dal caos. In ogni caso gli animali hanno una maggiore areazione e meno umidità rispetto alla pianura.
	Attrazioni	Il passo del Furlo e le montagne sono a 15 km, ma l'azienda non sfrutta in modo particolare questo flusso turistico.
	Accessibilità	La strada che va dal centro abitato è asfaltata, ma non troppo comoda, ma il luogo è isolato e gradevole.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Con allevatori DI fattrici per l'acquisto dei capi giovani e per lo scambio di informazioni e consigli (soprattutto con il padre).
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Per i servizi di macelleria e di lavorazione dei terreni; Isea sementi (cooperativa di trasformazione).
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri; Acer Marche (associazione di produttori).
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Nessuna in particolare finora. L'azienda aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Nessun problema particolare, non ci sono stati problemi per ottenere i finanziamenti; anche le scelte sbagliate sono state evitate grazie all'esperienza ed ai consigli paterni.		
5. Progetti per il futuro		
Diversificare ulteriormente l'allevamento e quindi l'offerta; l'obiettivo è di proporre carni alternative installando un allevamento di struzzi e/o di daini.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'attività è altamente ripetibile, poiché non ci sono molte esperienze simili nella zona e nella regione e, soprattutto per l'evento "mucca pazza" che rende il momento molto favorevole a questo tipo di aziende. Gli investimenti iniziali, per le spese di impianto sono elevati, soprattutto se si vogliono mantenere all'interno dell'azienda tutte le operazioni, dall'allevamento, alla macellazione, alla vendita, in quanto le strutture necessarie sono molte. Ancora migliore sarebbe un allevamento allo stato brado, che però necessiterebbe anche di un ampio terreno a prato e pascolo e la collocazione dell'azienda ad una altitudine opportuna, per il benessere degli animali.
2. Elementi di innovazione	L'idea è innovativa soprattutto perché l'attività è svolta nell'intento di mantenere all'interno dell'azienda, per quanto possibile, tutte le fasi del prodotto: l'allevamento, la trasformazione e la vendita. Tutto si svolge in azienda e l'unica mano esterna è per la macellazione. Il punto vendita aziendale è in grado di stabilire un clima di reciproca stima e fiducia tra azienda produttrice e consumatore, che permette alla prima di farsi strada sul mercato, grazie al suo prodotto di qualità.
3. Analisi SWOT	
Forza	Data l'assenza di esperienze simili nella zona, l'azienda è riuscita fin da subito a conquistare una buona posizione sul mercato e un numero elevato di clientela fissa, con la quale si è creato un rapporto di fiducia. Non ha dovuto spendere molte energie, tempo, né risorse monetarie in ricerca di informazioni e consigli, grazie all'esperienza della famiglia in agricoltura da sempre. Dato il momento attuale propizio, per l'effetto "mucca pazza", che fa preferire al consumatore carne sicura e di qualità, l'azienda ha potuto aumentare i prezzi ed innalzare le entrate dell'ultimo periodo.
Debolezza	L'azienda dipende dall'esterno, a causa dell'assenza di fattrici bovine tra i capi: ciò rende meno integro il prodotto, cioè, non del tutto personalizzato.
Opportunità	L'azienda può sfruttare il momento favorevole dato dall'evento "mucca pazza" per conquistare una più ampia porzione di mercato e, nel caso, aumentare la produzione, o diversificarla, proponendo carni alternative, così come nei progetti dell'imprenditore. Una parte del terreno a seminativi (o tutto) potrebbe essere convertita in prato e pascolo per i capi, i quali sarebbero anche avvantaggiati dalla presenza del bosco, quale luogo di ricovero e di scorta di cibi alternativi e, tra l'altro gioverebbero dell'altitudine, dell'isolamento e della tranquillità. L'azienda potrebbe rendersi più indipendente se avesse delle fattrici.
Minacce	L'allevamento in stalla può rendere difficile l'ottenimento della conversione in biologico, poiché i capi dovrebbero stare al pascolo su terreni biologici; questi fattori potrebbero portare i consumatori a preferire aziende che allevano allo stato brado.

4.11. Azienda agricola STORTONI

Nome azienda	Azienda agricola STORTONI MARIO	
Località, comune (prov.)	Frazione Sambucheto, Recanati (MC)	
Distanza dal centro abitato	2 km da Sambucheto, 10 km da Macerata e 10 km da Recanati.	
Altitudine media aziendale	100 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Allevamento di lepri per il ripopolamento di zone in riserva di caccia; allevamento di animali decorativi. Coltivazione di terreni a seminativi.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	3 membri, il conduttore, il fratello e la madre. L'età del conduttore e del fratello va da 48 a 54 anni ed entrambi hanno completato la scuola dell'obbligo. I due hanno come unica occupazione quella aziendale, che svolgono a tempo pieno. La madre è pensionata e non svolge alcuna attività in azienda.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale a conduzione diretta	1987
Superficie aziendale	17,6 ha, di cui 12,6 ha in proprietà e 5 ha in affitto. La superficie coltivata totale è di 16 ha: 11 in proprietà e 5 in affitto. Parte proprietà: 6 ha sono coltivati a grano duro, 2 ha a mais in rotazione con piselli e fagioli borlotti, 2 ha a erba medica. Ci sono 2 recinti per le lepri: uno di 1400 mq, uno di 200 mq; il resto è abitazione, rimessa degli attrezzi e cortile. Il terreno in affitto: 2 ha a sorgo o mais in rotazione; 3 ha ad orzo.	
Origine dell'azienda e dell'idea	La famiglia è conosciuta, perché in passato possedeva la stazione di Monte Taurina, il più grande allevamento di tori da riproduzione della zona: si praticava la fecondazione della razza marchigiana per 21 comuni; poi con il tempo il numero di allevamenti si è contratto per l'ingresso della meccanizzazione in agricoltura che ha portato alla separazione delle attività di coltura e di allevamento e alla specializzazione delle aziende in una sola delle due. Non conveniva più tenere tanto bestiame, perché i capi dovevano essere trasportati per la monta: il numero è stato quindi man mano ridotto, da 800, a 500, a 300 capi, fino al 1995-1996 e poi l'allevamento è stato dismesso. La passione per gli animali e per la caccia ha portato il conduttore ad iniziare, alla fine degli anni '80, l'allevamento di lepri per il ripopolamento delle zone in riserva di caccia, le quali sono fornite alle ATC provinciali (Amministrazioni Territoriali di Caccia). In seguito è stata messa in pratica anche l'idea di allevare, più per hobby che per attività commerciale, animali decorativi ed ornamentali, per l'abbellimento di giardini, parchi ecc.. Oggi l'azienda possiede pavoni colorati e bianchi, vari tipi di gru, cicogne, colombe e così via. Altri animali da cortile classici (galline, polli, tacchini) servono per l'autoconsumo familiare. L'azienda è, inoltre, dotata di un parco macchine completo, che fa periodicamente anche servizi a terzi di lavorazione dei terreni e raccolta.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Lepri: 140 capi, 70 fattrici (70 coppie) che compiono 4-5 parti l'anno da gennaio a giugno; si hanno da 1 a 5 capi per parto; in media si hanno 400-500 lepri l'anno. Grano ed orzo: 50-55 q ad ha l'anno; mais: 100-110 q ad ha l'anno; foraggi 160 q ad ha l'anno; fagioli e piselli 30-40 q ad ha l'anno, ma si è ottenuto fino ad 80 q negli anni migliori.	
Mano-dopera	Esclusivamente familiare, del conduttore e del fratello che si occupano di tutte le attività: allevamento, alimentazione, aspetto sanitario, valutazione genetica degli animali e selezione dei capi migliori, ecc., così come della cura degli animali ornamentali e della lavorazione dei terreni.	
Filiera	L'allevamento è completo di fattrici, per cui il ciclo inizia in azienda, nei recinti e nelle gabbie. Quando raggiungono l'età per essere liberati, escono dall'azienda. Il raccolto dei seminativi (grano, orzo, mais, borlotti e piselli a rotazione), effettuato dall'azienda, è conferito ad aziende di trasformazione, il foraggio serve per l'alimentazione dei capi di allevamento; quello in più viene venduto a privati come fieno. Solo per la trebbiatura si acquistano servizi da terzi. Gli animali da ornamento difficilmente vengono venduti.	
2. Mercato		
Ampiezza	I capi sono forniti alle ATC: il mercato nazionale. I piselli ed i fagioli borlotti sono forniti ad un'industria di trasformazione di Ascoli Piceno, che si occupa di lavorazione e surgelamento; il grano all'azienda Casali che lavora di farine di grano scelto, per la pasta; l'orzo ad un'azienda di Montelupone (AP); il fieno rimane in azienda per l'alimentazione della selvaggina e quello in più viene venduto a privati della zona.	
Marchio	Non è ritenuto necessario, poiché tutto viene conferito all'Aras (Associazione Regionale Allevatori Selvaggina e carni alternative).	
Pubblicità	Non ritenuta necessaria finora, in quanto non c'è difficoltà di collocamento del prodotto, sia perché viene conferito tutto all'associazione di categoria, sia perché, si riesce appena a soddisfare la domanda, che è in aumento. È però in costruzione una pagina Internet sull'azienda a cura dell'Aras.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Dati principalmente dall'allevamento di selvaggina e nei tre anni esaminati aumentano in maniera più che proporzionale	
Principali voci di costo	Materie prime: acquisto dei mangimi per la selvaggina, delle sostanze per le vaccinazioni preventive; del materiale per la costruzione di gabbie; acquisto servizi di trebbiatura, affitto del terreno. Incidono sui ricavi per il 30% circa.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1987)	Acquisto terreno, costruzione rimesse degli attrezzi e recinzioni per la selvaggina; acquisto macchine ed attrezzature per la coltivazione.
	A regime (1990)	Acquisto attrezzature e macchine per la coltivazione dei terreni a seminativi; aumento del bestiame.
	1999	Nessuno.

FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1987)	Impianto attività di allevamento; acquisto terreno.	L.Reg. 42/77: mutuo bancario ipotecario quindicennale con intervento regionale, a tasso agevolato per acquisto terreno.
A regime (1990)	Acquisto macchine e attrezzature.	Nessuno.
1999	Nessuno.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il Prodotto	Per la selvaggina sarebbe meglio la collina, per il problema, in pianura, dell'umidità; per le colture è più comodo per andare con i mezzi sul terreno.
	Attrazioni	I privati vanno in azienda a vedere gli animali ornamentali.
	Accessibilità	L'azienda si trova vicino alla strada principale.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Servizi di coltura dei terreni per conto terzi; acquisto prodotti per l'allevamento da aziende di Roseto degli Abruzzi (PE) e Perugia.
Con l'industria		Trasformazione piselli e fagioli borlotti (Ascoli Piceno).
Con il terziario		Servizi sanitari (Villa Potenza); azienda Casali per trasformazione del grano; cooperative di trasformazione sementi (Montelupone, AP).
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Aras; ATC.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Fino al 1995 l'azienda partecipava alle fiere con i tori da riproduzione; con l'attuale attività non è mai stato fatto, se non, in qualche occasione, con gli animali ornamentali. In ogni caso il conduttore ritiene la possibilità interessante.		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Lo scorso anno ci sono stati problemi di cannibalismo nell'allevamento. Non sono mai stati fatti grandi errori, poiché l'agricoltura è stata sempre l'attività di famiglia; si sarebbero dovuti forse acquistare mezzi più potenti per le colture, ma in generale sono stati sempre sufficienti. In alcune colture la resa è calata (ad esempio il mais) e ciò è dovuto all'impoverimento del terreno, all'aumento dell'infertilità ed al depauperamento della sostanza organica, a causa del forte uso di diserbanti e pesticidi che si faceva in passato. Ora ci si è accorti che usare un quantitativo molto minore di queste sostanze giova al bilancio aziendale e le rese non sono molto diverse, per cui la quantità usata è diminuita drasticamente. Ciò succede anche per la selvaggina, che subisce solo una vaccinazione preventiva una volta l'anno, per evitare le epidemie.		
5. Progetti per il futuro		
Il conduttore vorrebbe affittare altri terreni per aumentare ulteriormente il numero dei capi, visto che le richieste sono in aumento, ed anche per il sito Internet in preparazione, che spingerà ancora più in alto la domanda. Non ve ne sono, però, di disponibili attigui alla proprietà, quindi è necessario allontanarsi. Si vorrebbe anche intensificare l'attività con gli animali ornamentali, aumentando il numero di scambi con altri allevamenti simili.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'attività di allevamento delle lepri è originale e perciò sicuramente ripetibile. Il mercato di questo tipo di prodotto è ampio (le ATC) ed in aumento, quindi offre molte possibilità per chi voglia inserirsi con un'attività simile, in quanto può essere servito tutto il territorio nazionale, tramite le ATC. I costi iniziali di impianto non sono molto elevati, poiché non sono necessarie strutture imponenti, ma semplici recinzioni e gabbie. Problematico può essere il pericolo di infezioni ed epidemie, per cui è necessario uno stretto contatto con gli addetti ai servizi sanitari di veterinaria. L'attività di allevamento di animali ornamentali, come apparirà evidente, è ancora più originale e, anche se se ne possono intravedere un uso ed un mercato limitato, offre sicuramente delle possibilità.
2. Elementi di innovazione	L'aspetto innovativo di quest'azienda è sicuramente l'allevamento, sia di selvaggina, che di animali ornamentali. Per quanto riguarda la prima, l'innovazione riguarda più che altro lo scopo finale dell'attività e cioè il ripopolamento faunistico di zone di riserva di caccia; la seconda è un'attività molto particolare, più unica che rara, almeno nella zona, ma anche nella regione, che ha una clientela molto particolare e ristretta, ma è un settore che può essere ampliato e trovare un suo mercato.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'attività è poco diffusa, quindi l'azienda può vantare un mercato abbastanza ampio ed il favore di molti clienti (soprattutto le ATC). L'azienda è stata avvantaggiata sin dall'inizio per il fatto che esisteva già la struttura e perché non sono necessari imponenti investimenti iniziali per lo svolgimento dell'attività di allevamento; oltre che dall'esperienza di famiglia, anche se si trattava di animali diversi. L'allevamento di animali ornamentali la rende unica nel suo genere e, quindi, attraente agli occhi di una clientela particolare.
Debolezza	La localizzazione in pianura dell'azienda è meno vantaggiosa rispetto a quella in collina per gli animali, poiché c'è meno areazione e più umidità. L'attività di allevamento di animali da ornamento è poco direzionata al mercato e, di conseguenza non produce i risultati che potrebbe.
Opportunità	L'aumento del numero di capi consentirebbe di soddisfare la domanda ed aprirebbe nuovi mercati. L'intensificazione dell'attività di allevamento di animali da ornamento porterebbe l'azienda a conoscenza di una fascia di clientela molto particolare, ed anche entrate considerevoli, data la rarità dell'attività.
Minacce	La presenza in pianura di un maggiore tasso di umidità può avere come conseguenza la più facile diffusione di malattie tra gli animali.

Figure 3, 4, 5, 6: alcuni degli animali ornamentali dell'azienda Stortoni.

3

4

5

6

4.12. Azienda agricola CAPPELLACCIO

<table>
<tr><td colspan="2">Località, comune (prov.)</td><td colspan="2">Saletta, Recanati (MC)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Distanza dal centro abitato</td><td colspan="2">3 km da Sambucheto, 10 km da Recanati</td></tr>
<tr><td colspan="2">Altitudine media aziendale</td><td colspan="2">68 m s.l.m.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prodotto/servizio</td><td colspan="2">Allevamento di conigli con fattrici; coltivazione di terreni a seminativi.</td></tr>
<tr><td colspan="4">NOTIZIE GENERALI</td></tr>
<tr><td>1. Famiglia del conduttore</td><td colspan="3">5 membri: il conduttore, la moglie, la sorella, il cognato, la madre. L'età dei primi quattro è compresa tra i 42 ed i 54 anni; l'ultima ha 78 anni ed è pensionata. Il titolo di studio è della scuola dell'obbligo (terza media per il conduttore e la moglie; quinta elementare per gli altri).</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2. Azienda</td><td colspan="2">Forma d'impresa</td><td>Anno di insediamento</td></tr>
<tr><td colspan="2">Ditta individuale</td><td>1981</td></tr>
<tr><td>Superficie aziendale</td><td colspan="3">6 ettari, tutti in proprietà, di cui 5,2 ha coltivata per metà (2,6 ha) a grano e per metà (2,6 ha) a sorgo. 1200 mq sono occupati dai capannoni dell'allevamento; il resto è occupato dalla rimessa degli attrezzi e dall'abitazione.</td></tr>
<tr><td>Origine dell'azienda e dell'idea</td><td colspan="3">Prima di installare l'allevamento la proprietà era di dimensioni minori: 1,2 ha interamente ad ortaggi, che erano coltivati a mano. Alla fine degli anni '70 la chimica ha fatto il suo ingresso in agricoltura e chi praticava quest'attività in modo redditizio puntava su superfici ampie, quindi la scelta per l'imprenditore in questione era andare a lavorare nell'industria, o trasformare l'attività agricola in qualcosa di diverso, come l'allevamento. Per allevare specie come polli, tacchini, suini, erano però necessari forti investimenti di capitale, mentre sui conigli la differenza era data dall'impegno professionale dell'allevatore, perché gli allevamenti di tali animali non sono industrializzati, ancora oggi, a differenza dei primi. Dunque l'imprenditore ha fatto questa scelta, perché gli avrebbe consentito di avere un'attività diversa dalle altre, anche se la decisione è stata difficile, in quanto l'impegno è maggiore, per la delicatezza dell'animale trattato. La proprietà aziendale è stata ampliata con l'acquisto di altri terreni, sono stati dismessi gli ortaggi e sono stati introdotti i seminativi e costruite le strutture. L'allevamento comprende le fattrici e si opera la riproduzione tramite la fecondazione artificiale, che permette un controllo maggiore sulla riproduzione e sul numero di capi presenti.
Grazie a metodo, inoltre, il lavoro è organizzato in cicli: in ogni giorno della settimana si svolgono compiti prestabiliti (lunedì trasporto delle fattrici nelle gabbie di parto; martedì parto, ecc..), ciò evita di avere periodi di punta e permette di organizzare il lavoro in modo preciso.</td></tr>
</table>

INFORMAZIONI ECONOMICHE			
1. Produzione			
Quantità	In media 120 q l'anno di grano e 100 q di sorgo. L'allevamento produce mediamente 35.000 capi l'anno.		
Mano-dopera	Esclusivamente familiare: solo la sorella del conduttore è stabilmente occupata in azienda, e come occupazione secondaria coltiva terreni propri. Il conduttore si occupa della conduzione dell'allevamento, della fecondazione artificiale, opera le scelte tecniche, la selezione degli animali, ma svolge un'attività secondaria di presidenza della Cooperativa Lavoratori Allevatori Marchigiani (CLAM). La moglie del conduttore è casalinga ed occupata in azienda; il cognato è pensionato e dà una mano nei momenti di bisogno.		
Filiera	La riproduzione avviene in azienda; la CLAM si occupa del ritiro dei capi, della macellazione, della trasformazione, e del commercio delle carni. Si trattengono alcuni capi in casa per l'autoconsumo familiare. I raccolti delle colture sono date ad aziende di trasformazione. Si utilizzano servizi di terzi per la trebbiatura e per l'aratura.		
2. Mercato			
Ampiezza	Il mercato dell'allevamento di conigli è nazionale e la distribuzione è curata dalla CLAM. Le colture sono conferite ad aziende di trasformazione della zona. In questo momento soprattutto, non si riesce a soddisfare la domanda, a causa dell'evento della "mucca pazza", in conseguenza del quale i consumatori richiedono carni alternative. In generale, comunque, non esistono difficoltà di collocazione.		
Marchio	Nessun marchio aziendale, c'è però il marchio CLAM della cooperativa degli allevatori, sotto il cui nome il prodotto è commercializzato.		
Pubblicità	Non si ritiene necessaria, perché l'azienda non si occupa in prima persona della distribuzione e della commercializzazione.		
3. Situazione economica e patrimoniale			
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)			
Ricavi	Vendita capi di bestiame: 95% delle entrate. Nei tre periodi esaminati non ci sono differenze, perché l'azienda è a regime.		
Principali voci di costo	Acquisto materie prime: mangime per animali; spese per la manodopera, che pur essendo familiare, è retribuita; spese veterinarie e per medicinali e, infine per gli ammortamenti.		
IMPIEGHI FINANZIARI			
Investi-menti	Iniziali (1981)	Acquisto terreno; costruzione due capannoni, rimessa attrezzi; acquisto gabbie; motopompa e tubi da irrigazione.	
	A regime (1983)	Nessuno.	
	1999	Nessuno.	
FINANZIAMENTI		Propri	Di terzi
Iniziali (1981)		Finanziamento ad investimenti iniziali.	L. Reg. 797: piano di miglioramento aziendale; L. Reg. 42/77: mutuo ventennale a tasso agevolato
A regime (1983)		Nessuno.	1994: L. Reg. 797 piano di miglioramento aziendale: seconda tranche della richiesta fatta ad inizio attività
1999		Nessuno.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il Prodotto	Nessun problema per gli animali, che stanno all'interno dei capannoni.
	Attrazioni	Nessuna che porti gente in azienda, ma non si fa vendita diretta.
	Accessibilità	Vicina alla strada principale.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Con altri allevatori per scambio di informazioni ed esperienze, per una migliore conduzione dell'allevamento.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Cooperative di trasformazione dei seminativi.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Clam.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Nessuna direttamente, ma la cooperativa Clam partecipa a fiere e mercati.		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
All'inizio non si aveva esperienza sui metodi di conduzione dell'allevamento, quindi sono state fatte numerose scelte sbagliate e diversi errori, anche se una preparazione teorica c'era. Nei primi anni, comunque, l'attività non produceva reddito, perché si operava uno scarto molto ampio degli animali che avevano anche piccoli difetti, si pretendeva la perfezione. Poi si è capito che anche gli animali con qualche difetto potevano produrre e sono stati lasciati.		
5. Progetti per il futuro		
Nessuno in particolare per il momento, poiché dipende innanzitutto dall'andamento del mercato in conseguenza dell'effetto della "mucca pazza". Se i consumi aumentano (ora sono di 4 kg pro – capite l'anno), si può decidere di aumentare la produzione.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'attività è sicuramente ripetibile, poiché non ci sono molte aziende, nella zona, che la praticano, soprattutto con il metodo della fecondazione artificiale. In effetti l'azienda non ha mai avuto difficoltà di collocazione del prodotto sul mercato e, in questo periodo, il momento è propizio, in conseguenza dell'evento della "mucca pazza" che dirige i consumi verso carni alternative. In effetti le richieste sono aumentate e l'azienda è riuscita a raddoppiare i prezzi sul mercato (da 2400 a 4800 lire al kg) tra il 2000 ed il 2001. Essendo i costi di produzione sempre gli stessi, i margini di guadagno sono del 60% circa, contro il 30% realizzato in precedenza.
2. Elementi di innovazione	L'attività è innovativa, perché l'allevamento è organizzato in cicli continui e prevedibili, per cui ci sono operazioni assegnate e prestabilite che vanno compiute giorno per giorno. La fecondazione artificiale, iniziata nel 1991, era utilizzata all'inizio come supporto e copertura per gli spazi lasciati vuoti dalla fecondazione naturale, poi, visto che la percentuale di gravidanza era buona, dal 1992 è stata applicata su tutto l'allevamento. Le Marche sono state la prima regione in Europa ad utilizzare in maniera massiccia questo metodo.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'azienda, grazie al metodo della fecondazione artificiale rende sicuri i tempi di fecondazione e di parto e può organizzare in modo preciso l'attività; oltre a ciò annulla i tempi morti ed elimina il problema dei mancati accoppiamenti. L'azienda è molto affermata nel settore ed ha un mercato nazionale.
Debolezza	La fecondazione artificiale e l'allevamento in gabbie non incontrano il favore di tutti i consumatori, che potrebbero preferire carni provenienti da allevamenti più naturali.
Opportunità	L'azienda potrebbe espandersi affittando o acquistando un terreno attiguo, di proprietà della locale ASL, ora inutilizzato, dove sorge un frutteto recintato, magari per un allevamento allo stato brado e fare vendita diretta, così da aprire le porte ad un tipo diverso di consumatori ed al mercato locale e da diversificare i redditi. L'azienda dovrebbe sfruttare il momento propizio dovuto all'evento "mucca pazza" per aumentare produzione ed entrate monetarie.
Minacce	L'allevamento in gabbie ed al chiuso potrebbe favorire la trasmissione di epidemie tra gli animali che potrebbero generare delle mancate entrate.

4.13. Azienda agricola LA MADIA

Località, comune (prov.)	S. Cristoforo, Amandola (AP)	
Distanza dal centro abitato	10 km da Amandola	
Altitudine media aziendale	585 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Coltivazione di seminativi, trasformazione e panificazione.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	4 membri: il conduttore, di 32 anni; i genitori, tra 51 e 63 anni, la nonna. Il titolo di studio del conduttore è un attestato professionale di perito tecnico, dei genitori la quinta elementare. La nonna è pensionata e non svolge alcuna attività in azienda.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale	1997 la coltivazione; settembre 2000 la trasformazione e panificazione.
Superficie aziendale	17,70 ettari, tutti in proprietà, di cui coltivati 13,5 così suddivisi: grano tenero 7,3 ha; erba medica 5,7 ha; favino 0,7 ha; mais nostrano 0,5 ha. Si applica la rotazione delle colture. Parte della superficie è occupata dalla struttura che contiene il granaio, il locale di trasformazione, il laboratorio di panificazione ed il punto vendita.	
Origine dell'azienda e dell'idea	Il conduttore aziendale svolgeva precedentemente l'attività di operaio metalmeccanico, ma la famiglia è stata sempre nel settore agricolo, possedendo dei terreni. Al ritorno dal suo lavoro, quindi, il conduttore doveva collaborare all'attività di famiglia. Questo è stato lo stimolo principale ad interrompere l'occupazione precedente, per iniziarne una nuova; ma vi hanno influito anche la passione personale per la cucina e la voglia di svolgere un'attività che dia spazio alla creatività ed all'iniziativa personali. L'idea iniziale era di aprire un agriturismo, ma ciò avrebbe coinvolto troppo i familiari, così il conduttore ha optato per l'attività di panificazione. Egli ha iniziato nel 1997 con la coltivazione di seminativi e nel settembre 2000 con la trasformazione e la panificazione. Le macchine di macinazione, a pietra o normale, separano la farina permettendo di ottenere 4 varietà distinte, dalla più raffinata, alla integrale (più completa di sostanze). Il grano ed il mais raccolti sono sistemati nel granaio, che si trova al primo piano dell'edificio, sul cui pavimento c'è un passaggio comunicante con la stanza sottostante, così che il grano possa passare direttamente nella stanza di trasformazione. Nella stanza attigua si trova il laboratorio di panificazione, con forno a legna e in una terza stanza il punto vendita. Il lievito, composto dalla massa del pane, contribuisce alla sua lunga conservazione e riporta in uso tecniche tradizionali. Il mais è una pianta autoctona nostrana, non incrociata con il mais americano ed è tipico e riconoscibile dalle 8 file di grani e dalla forma del chicco. Fino al 2000 c'era anche un allevamento di bovini e bufalini, poi dismesso. L'azienda è unica nel suo genere sul territorio marchigiano.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Grano tenero: 45 - 60 q l'anno per ettaro; erba medica: 50 q l'anno per ettaro; favino: 20 – 25 q l'anno per ettaro; mais: 20 25 q l'anno per ettaro. Pane: 40 kg il giorno; di tanto in tanto, su ordinazione o meno, nel fine settimana e nelle occasioni speciali si preparano dolci e pizza.	
Mano-dopera	Esclusivamente familiare: il conduttore si occupa di tutte le operazioni, dalla coltivazione, alla trasformazione in farine, alla panificazione, alla vendita. I genitori, il padre soprattutto, sono coadiuvanti in via occasionale.	
Filiera	Il grano tenero ed il mais sono utilizzati in azienda: trasformati in farine e vendute come tali; quella di grano è utilizzata per la panificazione. L'erba medica, il favino e la parte di grano inutilizzata, sono cedute ad aziende di trasformazione della zona. Una parte dei raccolti è trattenuta per l'alimentazione degli animali, usati per l'autoconsumo familiare. I bovini ed i bufalini venivano acquistati dopo lo svezzamento, portati a peso ed età giusti e venduti vivi ad aziende di macellazione e trasformazione.	
2. Mercato		
Ampiezza	Il mercato si estende a livello provinciale, oltre alla vendita diretta in azienda, si riforniscono negozi di Civitanova Marche, Fermo, Sarnano, S. Benedetto del Tronto. Si vende inoltre a negozi di generi alimentari e supermercati di Amandola, Comunanza ed Urbisaglia e ad un ristorante di Montefortino. I raccolti dei seminativi sono dati a trasformatori della zona. I bovini e bufalini erano dati ad aziende di macellazione della zona.	
Marchio	Marchio aziendale; marchio "Agrishopping".	
Pubblicità	L'azienda è pubblicizzata tramite insegne lungo la strada, in modo da renderla meglio rintracciabile, visto che si trova fuori mano. In occasione della partecipazione a manifestazioni varie (fiere), sono stati distribuiti volantini informativi sul tipo di attività e sulle peculiarità del prodotto e delle materie prime con cui è realizzato.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1998, 1999, 2000)		
Ricavi	Vendita di bovini e bufalini, fino a dismissione della stalla (2000). Nel 2000 la situazione dei ricavi migliora grazie alle entrate generate dalla nuova attività.	
Principali voci di costo	Superano abbondantemente i ricavi, determinando una perdita di esercizio consistente. Sono dati principalmente da acquisto servizi da terzi, acquisto fertilizzanti e carburanti, materie prime ed animali. Quelli per l'attività di panificazione consistono essenzialmente in acquisto di materie prime.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1997)	Rilevazione azienda paterna: terreno, fabbricati, macchine ed attrezzature agricole, bestiame.
	A regime	L'azienda non è ancora a regime.
	2000	Ristrutturazione edificio, acquisto attrezzatura per laboratorio macinazione e per panificazione, allestimento punto vendita.
FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1997)	Rilevazione azienda paterna.	Mutuo bancario; premio prepensionamento e insediamento giovani; Reg. CE 2078/92 per riduzione sostanze chimiche.
A regime	L'azienda non è ancora a regime.	
1999-2000	Per inizio attività di panificazione.	Contributo PAC sui seminativi.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	La zona è particolarmente adatta alla cerealicoltura, specie per il grano tenero, grazie alla buona esposizione al sole, all'areazione che rende le colture meno soggette a malattie e permette un uso minore di sostanze chimiche rispetto alla pianura.
	Attrazioni	Nelle vicinanze si trovano un maneggio e due agriturismi; d'estate c'è più transito, perché i paesi intorno sono turistici e per le montagne.
	Accessibilità	Non facile, in quanto l'azienda è isolata e la strada è piena di curve, ma la localizzazione è stata una scelta personale, per l'esistenza delle strutture aziendali e dell'edificio da ristrutturare. L'azienda giova dell'apertura domenicale.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Per scambio di informazioni e consigli.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Con aziende di trasformazione di carni bovine e bufaline (fino al 2000) e di seminativi. Con dettaglianti per la vendita di prodotti finiti da panificazione e farine. Con grossisti per l'acquisto di materie prime e semilavorati per panificazione (lievito, zucchero, sale, ecc..).
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
L'azienda ha preso parte a manifestazioni locali: la fiera del tartufo di Amandola, la fiera del tartufo nero e prodotti tipici di Montefortino. Aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Pochi per i seminativi e per l'allevamento, grazie all'esperienza paterna. Per la nuova attività ci sono stati tempi più lunghi del previsto per la realizzazione delle opere murarie, a causa dei costruttori che non hanno rispettato gli accordi: è stato sottovalutato il problema dei tempi, per il rapporto di amicizia con la ditta costruttrice. Problemi burocratici di tempo per l'ottenimento di finanziamenti da Enti pubblici.		
5. Progetti per il futuro		
L'idea del conduttore è di aprire un agriturismo per il periodo estivo, costruendo una veranda o un gazebo per la pizza all'aperto, visto che si effettua orario di apertura domenicale.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'azienda è unica nel suo genere nella regione e per questo motivo ha un elevato grado di ripetibilità, confermato dal fatto che già, nei primi mesi di attività, riscuote un ottimo favore di mercato ed entrate consistenti. Gli investimenti iniziali sono impegnativi, soprattutto se non si dispone di strutture, anche da ristrutturare e di terreno, ma anche per gli impianti e l'attrezzatura di trasformazione necessaria. Il fatto che tutte le fasi, dalla coltivazione, alla raccolta, alla trasformazione, alla vendita siano realizzate in azienda e personalmente dal conduttore, creano un senso di fiducia nei consumatori sulla qualità del prodotto.
2. Elementi di innovazione	L'azienda è l'unica della regione che realizza tutte le fasi per l'ottenimento del prodotto finito all'interno, quindi tale prodotto è personalizzato in tutti i suoi aspetti e perciò unico nel suo genere. Inoltre si applicano e si cercano di riportare a galla, nella fase di trasformazione, le tecniche tradizionali della macinazione a pietra, dell'utilizzazione di diversi tipi di farine, della lievitazione con la massa del pane e della cottura nel forno a legna, che danno al prodotto un sapore diverso.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'azienda vanta lo svolgimento ed il controllo su ciascuna delle fasi che vanno dalla produzione della materia prima, fino all'ottenimento del prodotto finito ed alla sua vendita. Queste ultime fasi danno un notevole valore aggiunto all'azienda, rispetto a quando essa si occupava solo delle colture. È ancora presto per vedere se sarà effettivamente così nel lungo periodo, ma nei primi mesi di attività il successo è evidente per l'alto gradimento ricevuto per l'idea e per il prodotto. Il contatto con dettaglianti riduce il problema della localizzazione, contribuendo alla distribuzione a consumatori lontani.
Debolezza	La localizzazione, lontana dai centri abitati e la bassa accessibilità limitano l'affluenza di consumatori in azienda, che si concentra soprattutto nel fine settimana, generando come conseguenza orari di lavoro irregolari.
Opportunità	L'"Agrishopping" è sicuramente in grado di dare una svolta alle vendite aziendali e di regolarizzare gli orari, nonché di far conoscere l'azienda a livello regionale. L'idea dell'agriturismo, soprattutto in estate, è in grado di aumentare il flusso di consumatori in azienda e di portare entrate nuove e diversificate.
Minacce	La coltivazione non biologica potrebbe far preferire ai consumatori prodotti sulle cui componenti non siano state usate sostanze chimiche; la localizzazione isolata dell'azienda potrebbe portare molti consumatori a rinunciare al prodotto, a causa della scomodità di raggiungimento dell'azienda.

Figure 7 e 8: Il mulino dell'azienda agricola La Madia

7

8

Figure 9, 10, 11: Giuliano Trobbiani, il conduttore dell'azienda agricola La Madia, al lavoro; il forno a legna e il pane bianco, uno dei prodotti realizzati.

9

10

11

Azienda agricola PASCUCCI ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA

Località, comune (prov.)	Pignotti, Montemonaco (AP)	
Distanza dal centro abitato	5 km da Montemonaco	
Altitudine media aziendale	800 m s.l.m.	
Prodotto/servizio	Allevamento di trote; coltivazione di seminativi e di prodotti orticoli; allevamento di animali da cortile; agriturismo da ristorazione.	
NOTIZIE GENERALI		
1. Famiglia del conduttore	5 membri: la conduttrice ed il marito sui 50 anni di età, e tre figli tra i 16 e i 22 anni. Il titolo di studio dei genitori è la scuola dell'obbligo e i figli sono studenti, il primo diplomato. La conduttrice ha sempre svolto attività agricola, il marito ha come prima occupazione quella di operaio nel settore industriale e come seconda quella in azienda. I figli aiutano nei momenti di maggior bisogno.	
2. Azienda	Forma d'impresa	Anno di insediamento
	Ditta individuale	1980 l'azienda agricola; giugno 2000 l'agriturismo.
Superficie aziendale	20 ettari, tutti in proprietà, di cui coltivati 8 ha. I seminativi coltivati sono orzo: 3 ha, granturco: 2,5 ha e foraggi: 2 ha; i prodotti orticoli, su 0,5 ha, sono quelli di stagione. Parte della superficie è occupata dalle vasche per l'allevamento delle trote, poste lungo il torrente; dall'abitazione, dalla rimessa degli attrezzi e dagli spazi per gli animali. Il resto è coperto da bosco ed incolto.	
Origine dell'azienda e dell'idea	L'allevamento delle trote è tradizione di famiglia, che è passata nelle mani della conduttrice nel 1980; l'azienda ha, inoltre, sempre coltivato i terreni a seminativi e conduceva l'orto e l'allevamento di alcuni capi di animali da cortile per l'autoconsumo familiare. L'agriturismo è nato, nel giugno 2000, per la passione per la ristorazione e soprattutto per la cucina. La conduttrice ha messo a punto un menù esclusivamente a base di trota, che comprende antipasti, primi piatti, secondi e contorni, inventando tutte le ricette e mettendo in atto la propria fantasia e creatività. L'orto serve ora anche per Rifornire l'agriturismo.	

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Trote: 20 q l'anno; orzo: 150 q l'anno, granturco: 90 – 100 q l'anno; foraggi: 100 q l'anno. Ortaggi di stagione in piccola quantità, per l'agriturismo e per l'autoconsumo. Animali da cortile per l'autoconsumo in piccole quantità.	
Mano-dopera	È esclusivamente familiare, della conduttrice a tempo pieno ed esclusivo, del marito come seconda occupazione, dei figli che danno una mano soprattutto nell'attività agrituristica. La conduttrice ha comunque intenzione, soprattutto per il periodo estivo di trovare una persona valida, come coadiuvante per l'agriturismo.	
Filiera	Le trote vengono acquistate piccole (5 – 7 cm di lunghezza), tenute per il periodo di crescita nelle vasche dell'azienda e quando hanno raggiunto il peso giusto sono distribuite a ristoranti, agriturismi ed alberghi della zona e a privati che vanno in azienda a rifornirsi. I raccolti dei seminativi sono usati per gli animali da cortile e il resto viene venduto. L'orto e gli animali da cortile sono utilizzati per autoconsumo ed il primo anche per l'agriturismo.	
2. Mercato		
Ampiezza	Il mercato si estende anche fuori regione, poiché i privati, che vanno ad acquistare il prodotto in azienda, provengono anche da regioni confinanti (Lazio, Abruzzo, Umbria). I ristoranti, alberghi ed agriturismi riforniti sono quasi esclusivamente della zona.	
Marchio	C'è solo quello dell'agriturismo; non è mai stato fatto per l'attività agricola di allevamento.	
Pubblicità	Non è mai stata fatta per l'azienda agricola, la cui conoscenza è stata tramandata attraverso il passaparola. L'agriturismo è presente su guide agrituristiche ed è stato pubblicizzato tramite un articolo su un mensile di tiratura nazionale (Gente Viaggi).	
3. Situazione economica e patrimoniale*		
COMPONENTI ECONOMICHE (1998, 1999, 2000)		
Ricavi	Regolari le entrate per il fatto che l'azienda agricola è a regime. Non ci sono differenze sostanziali nei primi due anni esaminati, nell'ultimo anno, invece, la differenza è data dalle entrate dell'agriturismo. I ricavi dell'azienda agricola sono calati negli ultimi 5 – 6 anni, per la diminuzione della quantità di lavoro.	
Principali voci di costo	Acquisto delle trote; acquisto di materie prime e mangimi; acquisto di servizi di lavorazioni meccaniche agricole; per l'agriturismo: acquisto materie prime e servizi da terzi.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1980)	Nessuno.
	A regime (1980)	Le fasi iniziale ed a regime corrispondono.
	2000	Agriturismo.
FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1980)	Nessuno.	Nessuno.
A regime (1980)	Nessuno.	Nessuno.
2000	Ristrutturazione fabbricati per agriturismo.	L. Reg. 2328/92 per ristrutturazione fabbricati, per agriturismo (150 M); mutuo bancario (150 M).

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	Il luogo è ottimo, perché il fiume scorre proprio a lato delle vasche: sarebbe impossibile un allevamento di trote senza acqua corrente. Sarebbe ancora meglio più a monte, perché poco più in su ci sono due fossi che trasportano detriti ed intorbidano l'acqua; d'altra parte però ci sarebbe il problema neve e valanghe. Nel punto di collocazione aziendale anche la temperatura dell'acqua è ideale.
	Attrazioni	L'azienda si trova all'interno del Parco Nazionale dei Monti Sibillini.
	Accessibilità	L'azienda è sulla strada provinciale.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Con allevatori del settore, per scambio di informazioni e consigli; con agriturismi della zona per la fornitura del prodotto.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Con alberghi e ristoranti per la fornitura del prodotto; con aziende di trasformazione dei seminativi.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche.
3. Partecipazione ad eventi vari		
L'azienda non ha mai partecipato ad alcuna sorta di manifestazione come fiere e mercati di prodotti tipici, ma solo a sagre di paese, come ad esempio la sagra della trota di Val d'Aso, attraverso la fornitura del prodotto.		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
In genere non ci sono stati grandi problemi, né errori, perché l'allevamento di trote è l'attività tradizionale di famiglia. Per l'agriturismo è ancora presto per dirlo, perché l'attività è iniziata da pochi mesi; i risultati di breve periodo sono comunque confortanti.		
5. Progetti per il futuro		
Scavare un laghetto per la pesca sportiva, rifinire e completare l'edificio per le camere per l'agriturismo; estendere e diversificare l'allevamento di trote, inserendo 5 – 6 specie di pesce d'acqua dolce, tra le quali il gambero di fiume e lo storione, dal quale si possono anche prendere le uova per farne del caviale. Inserire tra le attività agrituristiche le passeggiate a cavallo per il periodo estivo, mettendo a disposizione dell'azienda i 5 cavalli curati dal figlio della conduttrice.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'azienda è quasi unica nel suo genere nella provincia, infatti c'è un altro allevamento di trote nella vicina località di Montefortino, ma è di dimensioni molto maggiori e condotto con metodi industriali e standardizzati. Dunque il grado di ripetibilità di un'attività simile è, di per sé, molto elevato, perché ci sono grandi possibilità di mercato, non solo per motivi direttamente alimentari, ma anche sportivi ad esempio. Molto difficile può essere il problema della localizzazione, in quanto un simile tipo di allevamento ha bisogno di acqua corrente e quindi l'azienda deve essere localizzata nei pressi di un fiume o di un torrente.
2. Elementi di innovazione	L'azienda è l'unica nella provincia a condurre un allevamento con metodi artigianali e tradizionali, infatti gli altri allevamenti della zona usano metodi più standardizzati. L'idea dell'agriturismo, come attività abbinata a quella agricola completa un ciclo e dà un maggiore senso compiuto all'attività tradizionale di famiglia, inoltre permette alla conduttrice di utilizzare la propria fantasia nella creazione dei piatti e delle ricette. L'attività agrituristica, specialmente se offrirà anche alloggi ed attività come gite a cavallo e pesca sportiva, sarà in grado di dare un valore aggiunto notevole all'azienda.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'azienda vanta un'esperienza ed una tradizione di famiglia nella conduzione dell'attività di allevamento, dalle quali deriva una forte presenza sul mercato e una sicurezza delle entrate, date dalla clientela fissa ed affezionata. L'agriturismo contribuisce decisamente ad affermare l'azienda e ad attirarvi un flusso di consumatori maggiore. La collocazione dell'azienda nel parco dei Sibillini impone il basso uso di sostanze chimiche, il che attribuisce maggior credibilità e fiducia al prodotto; tale collocazione favorisce anche l'afflusso in azienda di clientela di passaggio.
Debolezza	L'attività agrituristica è forse troppo monoprodotto, quindi ha meno probabilità di un afflusso continuo di clientela; ciò si potrebbe evitare diversificando l'allevamento (come dai progetti della conduttrice), con l'inserimento di altre specie di pesce d'acqua dolce.
Opportunità	Il progetto di inserire attività sportive nell'agriturismo e la possibilità di pernottamento comporterà sicuramente un notevole afflusso di clientela per l'azienda e quindi maggiori entrate. Inoltre, diversificando il prodotto ed inserendo altri tipi di pesce d'acqua dolce si diversificherà l'offerta, sia nelle vendite dirette che nell'agriturismo e quindi anche i redditi. L'evento "mucca pazza" potrebbe essere meglio sfruttato aumentando i prezzi per favorire maggiori ricavi.
Minacce	L'offerta di un solo prodotto può comportare più difficoltà nell'affermazione di una clientela fissa nell'agriturismo, con la conseguenza di entrate più irregolari.

4.15. Azienda agricola ed agriturismo LA FAVELLA

<table>
<tr><td colspan="2">Località, comune (prov.)</td><td>Contrada Menocchia, Montefiore dell'Aso (AP)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Distanza dal centro abitato</td><td>8 km da Montefiore dell'Aso e da Cupra Marittima.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Altitudine media aziendale</td><td>50 m s.l.m. (da 20 ad 80 m s.l.m.).</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prodotto/servizio</td><td>Azienda biologica di coltivazione di piante officinali e produzione di oli essenziali; agriturismo con alloggi (camere).</td></tr>
<tr><td colspan="3">NOTIZIE GENERALI</td></tr>
<tr><td>1. Famiglia del conduttore</td><td colspan="2">4 membri: la conduttrice, il marito, ed i genitori. L'età della conduttrice e del marito è tra 42 e 45 anni, il titolo di studio è la laurea in lingue per la prima, la maturità tecnica di geometra per il secondo. La conduttrice ha come occupazione principale quella in azienda, come secondaria quella di insegnante privata di lingua inglese. Il marito ha come prima occupazione un impiego all'Università, e come seconda in azienda. I genitori sono pensionati e danno una mano nei momenti di bisogno.
La conduttrice è originaria di Ancona e si è trasferita in occasione dell'insediamento aziendale (1995).</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2. Azienda</td><td>Forma d'impresa</td><td>Anno di insediamento</td></tr>
<tr><td>Ditta individuale</td><td>1995 l'azienda agricola; 1998 l'agriturismo.</td></tr>
<tr><td>Superficie aziendale</td><td colspan="2">5 ettari, di cui coltivati 4,8, suddivisi come segue: 2,3 ha a bosco; 2000 mq ad oliveto; 9000 mq a piante officinali, di cui 7000 mq occupati da fiori e semi di finocchio, per un progetto di sperimentazione in corso con l'Associazione telematica nazionale; 1,5 ha a grano tenero e girasole biologici a rotazione; 1 filare a moscato per vin santo; orto ed animali domestici per gli ospiti e per l'autoconsumo. Edifici: 1 che comprende abitazione ed agriturismo.</td></tr>
<tr><td>Origine dell'azienda e dell'idea</td><td colspan="2">Il terreno e la casa appartenevano alla famiglia da varie generazioni, ma fino all'insediamento aziendale erano, prima dati in affitto ad agricoltori, poi abbandonati. I motivi che hanno portato la conduttrice a prendere in mano l'azienda sono stati la passione per la campagna, per le piante, i fiori e le cose naturali, oltre all'idea di abbinare l'insegnamento delle lingue attraverso dei corsi in azienda. Di conseguenza la conduttrice ha seguito dei corsi di formazione sul turismo ed ha raccolto informazioni, soprattutto via Internet. Fin da subito sono state piantate le piante officinali, per l'interesse per l'erboristeria e per una fobia personale (del marito) verso le zanzare. L'agriturismo è nato nel 1998, per dare un senso compiuto ed un fine all'attività agricola, ma anche per il piacere di conoscere persone e di stringere rapporti di amicizia e di fiducia. La conduttrice organizza, due volte l'anno, corsi di lingua inglese e laboratori del gusto e dell'olfatto in periodi particolari come la vendemmia, o la raccolta delle olive, per bambini che soggiornano in azienda, per vacanze in campagna, senza genitori. L'azienda possiede un piccolo distillatore che serve per dimostrazioni e sperimentazioni. I fiori e semi di finocchio fanno parte di un progetto con l'Associazione Nazionale Telematica, che consiste nell'acquisto dei semi, nella sperimentazione sulle rese e in un resoconto all'associazione stessa.</td></tr>
</table>

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1.Produzione		
Quantità	Piante officinali: lavanda 1 q, citronella 1 q; grano tenero 40 q; l'oliveto è un impianto giovanissimo per cui la produzione è molto limitata; il bosco è finalizzato all'ottenimento di legname biologico; vino ed ortaggi: piccole quantità; animali domestici conigli, ovaiole, faraone, polli da carne: alcuni capi. L'agriturismo comprende 6 camere, colazioni e merende.	
Mano-dopera	Esclusivamente familiare e principalmente della conduttrice, che si occupa della gestione dell'azienda in generale, comprese coltivazione e raccolta delle piante officinali, oltre che dell'agriturismo.	
Filiera	Piante officinali: trasformazione da terzi e ritiro del prodotto finito, olio essenziale e liquore (di citronella). Il primo serve anche per inchiostri colorati e prodotti per l'artigianato e la citronella è usata anche come spezia da cucina. I sacchetti di prodotto essiccato per infusi, tisane e sacchetti profumati si fanno in azienda. Trebbiatura fatta da terzisti ed il prodotto è trattenuto in azienda, che ha un mulino proprio e fa farina e fiocchi per l'autoconsumo e per l'agriturismo. L'olio è dato a trasformare ad un'azienda abruzzese, che fa molitura distinta anche per piccole quantità, visto che il prodotto è biologico; una parte di olive è usata per l'agriturismo.	
2. Mercato		
Ampiezza	Una parte dei prodotti è utilizzata per l'agriturismo e per l'autoconsumo. I clienti dell'agriturismo sono italiani e stranieri. I prodotti da piante officinali hanno un mercato locale, e la vendita avviene per lo più a fiere e mercati.	
Marchio	Non c'è un marchio aziendale, ma la conduttrice non è interessata più di tanto. Ci sono i marchi "Agrishopping" e "Cuor di Borgo" del GAL Piceno, che organizza i mercatini.	
Pubblicità	L'azienda ha un sito Internet ed è presente su alcune guide degli agriturismi; inoltre è presente su altri siti Internet e vi sono articoli su riviste di cui l'azienda non è a conoscenza prima della pubblicazione. La pubblicità all'agriturismo giova anche all'azienda agricola.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Dati più dall'attività agrituristica, quindi dal 1998 sono aumentati sensibilmente. Quelli dell'azienda agricola sono dati essenzialmente dalla vendita dei prodotti finiti.	
Principali voci di costo	Acquisto servizi da terzi per semina, raccolta, trebbiatura, lavorazione terreno e pulizia bosco. Le spese per l'energia incidono notevolmente.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1995)	Acquisto terreno e casa, ristrutturazione, costruzione rimessa agricola, stanza di trasformazione, essiccatoio, acquisto macchine attrezzature agricole.
	A regime (1997)	Impianto del bosco.
	1999	Nessuno.

FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1995)	Inizio attività	Reg. CE 1765/92 integrazione reddito da colture
A regime (1997)	Integrazione a finanziamenti di terzi.	Reg. CE 2080/92 forestazione; Reg. CE 2078/92 mancato reddito da gestione bosco; Reg. CE 950/97 (Regione), miglioramento aziendale, agriturismo; Reg. CE 1765/92 integrazione reddito da colture
1999	Nessuno.	Reg. CE 2078/92 mancato reddito gestione bosco.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	La zona è buona, perché non è troppo vicina al mare, il terreno è ancora troppo sabbioso, per cui non è ideale, e soprattutto per la citronella sarebbe meglio un clima ancora più caldo, ma la zona è abbastanza riparata.
	Attrazioni	Il mare in estate e la campagna in primavera ed in autunno attirano i turisti in agriturismo.
	Accessibilità	L'azienda si trova lungo la strada provinciale.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Non con le aziende della zona, perché hanno una mentalità ed un'idea diverse di agricoltura; con altre aziende biologiche e simili e con agriturismi per scambio di idee ed informazioni, oltre che per scambio ed acquisto di alcuni prodotti per l'agriturismo.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Per la trasformazione delle piante officinali, dell'olio e del vino.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Cia; Turismo verde; Gal Piceno; Associazione NINA per la vendita, Associazione Telematica Nazionale.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Mercati tipici di prodotti officinali e biologici della zona, attraverso il Gal Piceno e la Copagri Marche. L'azienda aderisce al progetto "Agrishopping".		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Le prove ed i tentativi fatti, soprattutto con le piante officinali hanno comportato degli errori, anche per i consigli ricevuti, che a volte si sono rivelati sbagliati, ma ciò serve per fare esperienza. Alcuni problemi si hanno con i vicini, che hanno una mentalità ed un'idea tradizionali di agricoltura e che a volte rendono la vita difficile all'azienda, per il fatto del biologico soprattutto.		
5. progetti per il futuro		
Sviluppare bene l'attività in tutte le sue parti, attraverso la ricerca dei mercati più appetibili per questo tipo di prodotto. Attivare il punto ristoro per l'agriturismo, in quanto ora sono previste solo colazioni e merende in casa della conduttrice, dove occasionalmente vengono serviti anche i pasti principali.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'esperienza è sicuramente ripetibile, poiché l'attività di coltivazione di piante officinali non è molto diffusa ed ha la peculiarità di valorizzare il terreno e di abbellire il paesaggio. Gli investimenti iniziali non sono elevati e su un'estensione anche limitata si riesce ad ottenere un quantitativo considerevole di prodotto, per cui la produzione non è un problema; lo è invece la commercializzazione, perché quello delle piante officinali è un mercato non facile e particolare, quindi è necessario rivolgersi ad apposite associazioni o partecipare continuamente ad iniziative come fiere e mercati specifici. Anche l'idea dell'abbinamento dell'attività didattica con la campagna è senz'altro ripetibile e, anzi, da sviluppare.
2. Elementi di innovazione	Lo studio e la ricerca, che formano la base di questa azienda agricola, sono fondamentali per un'agricoltura innovativa e multifunzionale. L'abbinamento di diverse attività come l'agriturismo, l'agricoltura e la didattica, oltre ad essere un chiaro indice di multifunzionalità, sono in grado di creare una sinergia per la quale le attività si aiutano l'una con l'altra, facendo crescere l'azienda e determinando per essa un notevole valore aggiunto. A ciò consegue ovviamente anche una possibilità di diversificazione dei redditi aziendali.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'azienda abbina attività diverse tra loro, che la qualificano come azienda multifunzionale e che permettono di diversificare le entrate. L'attività didattica che l'azienda svolge attira una clientela particolare ed è un punto di forza per la sua originalità e per il fatto che non ne esistono di simili nella zona e forse anche a livello più ampio.
Debolezza	Il mercato del prodotto principale dell'azienda, le piante officinali, è piuttosto ristretto, o per lo meno particolare, per cui il prodotto è di difficile commercializzazione, anche per il fatto che è poco conosciuto.
Opportunità	L'"Agrishopping" fornirà all'azienda un modo per farsi conoscere e nuovi mercati su cui operare, per la vendita del prodotto, ma anche per l'agriturismo e per l'attività didattica, che va senz'altro sviluppata per la sua rarità ed originalità.
Minacce	I problemi con i vicini possono causare, come è già successo, perdite di raccolto, o conseguenze sul terreno, alle quali è necessario recuperare con lavori straordinari. La poca conoscenza diffusa del prodotto realizzato può causare problemi per la vendita.

4.16. Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA

<table>
<tr><td colspan="2">Località, comune (prov.)</td><td>Contrada Menocchia, Montefiore dell'Aso (AP)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Distanza dal centro abitato</td><td>7 km da Montefiore dell'Aso</td></tr>
<tr><td colspan="2">Altitudine media aziendale</td><td>140 m s.l.m.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Prodotto/servizio</td><td>Coltivazione di seminativi; allevamento di animali da cortile e di ovini; produzione frutta e verdura, vino, olio; trasformazione di frutta in conserve; coltivazione di piante tintoree; agriturismo.</td></tr>
<tr><td colspan="3">NOTIZIE GENERALI</td></tr>
<tr><td>1. Famiglia del conduttore</td><td colspan="2">La Campana è una realtà particolare, che consiste in una comunità di 10 famiglie e 25 soci aziendali circa. È un'esperienza unica nel suo genere perché parte da una scelta di vita fatta da queste persone. I componenti della comunità appartengono a tutte le fasce di età, da 0 a 90 anni e sono studenti, diplomati, laureati, ecc.. che svolgono attività sia in altri settori, sia in agricoltura: essi sono insegnanti, liberi professionisti, dipendenti, medici, e così via.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2. Azienda</td><td>Forma d'impresa</td><td>Anno di insediamento</td></tr>
<tr><td>Cooperativa</td><td>1980 l'azienda agricola; 1988 l'agriturismo.</td></tr>
<tr><td>Superficie aziendale</td><td colspan="2">40 ettari, di cui 12 in proprietà, il resto in affitto. Coltivata 30 ha, suddivisa come segue: seminativi (cereali e foraggiere) 15 ha; frutteto 5,5 ha; ortaggi 1 ha; vigneto 4,5 ha; piante tintoree 1,2 ha; oliveto: 800 piante circa; il resto comprende i ricoveri degli animali, il complesso aziendale formato da un gruppo di edifici ristrutturati dove si trovano le abitazioni dei soci e le stanze dell'agriturismo, il ristorante, la piscina, ed altre strutture per l'agriturismo.</td></tr>
<tr><td>Origine dell'azienda e dell'idea</td><td colspan="2">La comunità familiare è nata da una scelta di vita di alcune famiglie che facevano parte di gruppi ed aggregazioni di origini diverse e che si sono trasferite nelle Marche dal Nord Italia ed hanno deciso di iniziare una vita in comune, di condividere tutto e di formare una comunità che punta all'autosufficienza. Così, con l'acquisto di terreno ed edifici e con la successiva ristrutturazione degli stessi, ad opera dei soci, è nata l'azienda agricola, nel 1980, e si è sviluppata per tutto il ventennio successivo; nel 1988 è stato attivato l'agriturismo, perché c'era una grande attenzione del mercato verso questa forma di attività, per la particolarità del luogo, che ben si adatta a questo tipo di struttura, per la disponibilità degli immobili aziendali e per dare la possibilità ad altre persone di avere un contatto con l'esperienza comunitaria dei soci. L'azienda è in regime di agricoltura a basso impatto ambientale (Reg. CE 2078/92) ed è dibattuta tra i soci l'idea di passare alla conduzione biologica.</td></tr>
</table>

INFORMAZIONI ECONOMICHE		
1. Produzione		
Quantità	Erba medica: 300-400 q, ma dipende dalla stagione; cereali: 300-400 q; vigneto: 450-500 q di uva; oliveto: 5-10 q d'olio; frutta: 200-250 q l'anno; piante tintoree: circa 50 kg di indaco in polvere. Conigli: 50 fattrici, 1500 capi l'anno; pecore: 100 capi, 120-130 agnelli l'anno.	
Mano-dopera	Esclusivamente dei soci della cooperativa: la comunità punta all'autosufficienza da tutti i punti di vista e alla massima indipendenza dall'esterno. Ognuno svolge le mansioni necessarie, nell'ottica dell'organizzazione di una comunità che si autogestisce e che provvede alle esigenze di tutti i componenti. Tutti svolgono servizi per tutti: operazioni agricole, trasformazione, vendita, cucina, amministrazione, gestione, ecc..	
Filiera	L'azienda punta ad autoapprovvigionarsi, quindi svolge all'interno quasi tutte le operazioni, dalla coltivazione e allevamento, alla trasformazione del prodotto e al consumo, o alla vendita. La molitura delle olive avviene all'esterno, così come la trasformazione delle uve in vino e la macellazione degli ovini. Una considerevole quantità di prodotti finiti rimane all'interno della comunità per l'autoconsumo e per l'agriturismo. La forma di vendita utilizzata è quella diretta. Le piante tintoree, ancora più che altro a livello di sperimentazione, sono trasformate in azienda in appositi laboratori.	
2. Mercato		
Ampiezza	Sia l'agriturismo, sia i prodotti aziendali per vendita diretta hanno un mercato di livello mondiale, che va dalla Germania, all'Inghilterra, agli USA, al Canada, all'Olanda, al Belgio, ecc.; la clientela è in parte fissa; il punto ristoro ha un numero limitato di posti, anche per chi non è ospite dell'agriturismo. Il mercato delle piante tintoree, in sperimentazione da quattro anni, è molto vario: le colorazioni naturali ottenute sono utilizzate per la cosmetica, per vernici, per le stampanti a getto, per l'edilizia, per il settore tessile, ecc.	
Marchio	C'è un marchio aziendale non registrato.	
Pubblicità	Nessuna per l'azienda agricola; per l'agriturismo c'è un sito Internet (www.lacampana.it) attivato fin dal 1997 dagli stessi soci e molto articolato ed interattivo, che è reputato strumento ideale per farsi conoscere all'esterno ovunque.	
3. Situazione economica e patrimoniale		
COMPONENTI ECONOMICHE (1997, 1998, 1999)		
Ricavi	Da agriturismo e da vendite dei prodotti: l'azienda è in crescita.	
Principali voci di costo	In particolar modo incidono gli acquisti di materie prime, i costi del personale e costi per l'acquisto di servizi da terzi.	
IMPIEGHI FINANZIARI		
Investi-menti	Iniziali (1980)	Acquisto terreno ed edifici, ristrutturazioni, acquisto macchine ed attrezzature; piantagioni, animali.
	A regime (1986)	Aumento attività e ristrutturazioni edifici per agriturismo; costruzione impianti per agriturismo.
	1999	Diversificazione attività.

FINANZIAMENTI	Propri	Di terzi
Iniziali (1980)	Autofinanziamento.	CE e Regione; mutui bancari.
A regime (1986)	Autofinanziamento.	1988 per ovile; 1994 per agriturismo; mutui.
1999	Autofinanziamento.	Nessuno.

INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE		
1. Importanza della localizzazione	Per il prodotto	Zona buona per tutte le colture e gli animali, esposta al sole ed abbastanza aereata.
	Attrazioni	Il mare e le montagne attirano turisti in tutte le stagioni, ma l'agriturismo fa attrazione da sé, grazie al fatto che offre relax, tranquillità e varie attività.
	Accessibilità	Tutte le indicazioni necessarie sono fornite se la persona è attesa, in ogni caso è facilmente raggiungibile.
2. Rapporti con l'economia locale		
Con altre aziende agricole		Continui rapporti per fornitura di prodotti agricoli.
Con l'industria		Nessuno.
Con il terziario		Cantina sociale di Ripatransone (AP) per la trasformazione delle uve; frantoio locale per la molitura delle olive. Servizi di trebbiatura e di macellazione.
Con associazioni ed organizzazioni di categoria		Copagri Marche; Cia.
3. Partecipazione ad iniziative varie		
Fiere e mercati della zona, organizzate dalle associazioni di categoria; alcune manifestazioni all'estero (Germania).		
4. Problemi, scelte sbagliate ed esperienze negative		
Non ci sono stati mai problemi particolari, perché l'azienda ha il vantaggio di poter sfruttare le conoscenze e le esperienze di tutti i suoi soci, esperti in materie diverse; a volte ci sono stati problemi di ordine veterinario negli allevamenti, che hanno fatto registrare perdite di bestiame.		
5. Progetti per il futuro		
Ci sono molti progetti e molte idee in corso da portare a termine, tra essi: lavorare sullo sviluppo e sulla qualificazione dei prodotti; aumentare ulteriormente la diversificazione produttiva, anche al fine dell'autosufficienza; consolidare la grossa crescita registrata negli ultimi anni; ampliare l'attività delle piante tintoree, sia come studio e sperimentazione, sia come varietà di piante coltivate, per realizzare sempre più colorazioni naturali ed espanderne ulteriormente il mercato.		

VALUTAZIONE FINALE	
1. Ripetibilità	L'azienda è sicuramente unica nel suo genere soprattutto per il tipo di esperienza che coinvolge i soci. Da questo punto di vista essa può essere giudicata ripetibile, ciò implica, però, non solo un'attività, ma, presa nella sua interezza, una scelta di vita. D'altra parte un complesso aziendale così ampio ed articolato non sarebbe acquisibile, né gestibile se fosse in mano ad una sola, o poche persone. Gli investimenti iniziali sono notevoli, non solo quelli monetari, ma anche dal punto di vista psicologico. Una ulteriore difficoltà sta nel raggiungimento della completa, o quasi, autosufficienza. Al di là della scelta di vita comunitaria, un'azienda che svolga attività così diversificate senz'altro trova il suo spazio sul mercato e può acquisire un notevole successo, per la sua originalità, la sua articolazione e la sua complessità.
2. Elementi di innovazione	Il punto di maggiore originalità sta senz'altro nel fatto che quest'azienda non sono coinvolte solo attività lavorative, ma la vita stessa delle persone che ne fanno parte e che hanno scelto la condivisione di ogni cosa come modello di vita. L'azienda si distingue per la sua particolare forma di conduzione, che rende flessibile ed elastica la sua risposta ai mutamenti del mercato, grazie alla diversificazione delle attività e quindi delle entrate. Tutti i soci sono coinvolti in prima persona nell'attività dell'azienda, che influisce in molti modi sulla loro vita.
3. Analisi SWOT	
Forza	L'estrema diversificazione delle attività svolte permette al sistema aziendale di restare in piedi comunque, in ogni periodo e di fronte ai cambiamenti del mercato, ai quali l'azienda è in grado di adeguarsi velocemente. La sua particolare organizzazione ha come conseguenza il coinvolgimento diretto dell'interesse dei soci lavoratori. I fondatori dell'azienda, ed anche quelli che sono seguiti, con le scelte successive, hanno saputo interpretare le caratteristiche e le potenzialità del settore e del luogo, così da far fruttare al meglio l'azienda stessa. La localizzazione ed il complesso aziendale stesso sono già di per sé un punto di forza dell'azienda nel senso dell'estetica.
Debolezza	La troppa diversificazione delle attività può essere dispersiva, nel senso che non si può arrivare ad essere specializzati su molte attività e molti prodotti. L'azienda ha la possibilità di aumentare i suoi beni capitali acquistando il terreno che ora ha in affitto ed eliminando delle voci di costo.
Opportunità	Lo sviluppo della coltivazione di piante tintoree può portare l'azienda su molti mercati ed aprire molte nuove opportunità di reddito. L'azienda ha le possibilità per passare all'applicazione del metodo biologico su coltivazioni ed allevamenti.
Minacce	Non ve ne sono di particolari in realtà, ma il fatto che la conduzione non è biologica, può creare difficoltà nel gradimento di alcuni consumatori che preferiscono un'alimentazione più sana e naturale.

Figura 12: Il complesso strutturale della Campana

Figure 13, 14, 15, 16: alcuni dei prodotti realizzati con i colori naturali ricavati dalle piante tintoree. Lana colorata con indaco da guado; lana colorata con estratti vegetali; tessuti con colori naturali; il mondo dei colori della Campana.

13

14

15

16

4.17. Una lettura trasversale dei dati aziendali

4.17.1. Notizie generali[65]

AZIENDE	Grado di istruzione del conduttore	Capacità del conduttore di organizzare e gestire le attività	Livello di diversificazione dei prodotti/servizi	Ampiezza del parco macchine aziendale
Azienda agricola CHESSA	**	****	****	**
Azienda agricola ACCADIA	***	****	**	***
Cooperativa agricola S. ROMUALDO	**	****	***	**
Azienda vinicola CORONCINO	***	***	**	****
Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA	****	****	***	**
Azienda agricola VERDEVITA	****	****	****	****
Azienda agricola ed agriturismo LA GIARA	***	****	***	**
Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI	****	****	****	***
Azienda agraria FANOFLOR	****	****	**	***
Azienda agricola MASCIOLI	***	***	**	****
Azienda agricola STORTONI	**	****	***	****
Azienda agricola CAPPELLACCIO	**	****	**	****
Azienda agricola LA MADIA	**	***	***	***
Azienda agricola ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA	**	****	***	***
Azienda agricola LA FAVELLA	****	****	***	***
Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA	****	****	****	****

[65] *: scarso; **: sufficiente; ***: buono; ****: ottimo.

4.17.2. Informazioni economiche[66]

AZIENDE	Importanza della manodopera familiare	Occupazione del conduttore in azienda	Fasi svolte in azienda[67]	Possibilità di ampliare il mercato[68]
Azienda agricola CHESSA	*****	Full-time	P, T, V	**
Azienda agricola ACCADIA	*****	Full-time	P, T, V	**
Cooperativa agricola S. ROMUALDO	****	Full-time	P, V	***
Azienda vinicola CORONCINO	*****	Full-time	P, T, V	**
Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA	****	Part-time	P, V	*****
Azienda agricola VERDEVITA	*****	Full-time	P, V	**
Azienda agricola ed agriturismo LA GIARA	*****	Full-time	P, V	*
Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI	****	Full-time	P, V	**
Azienda agraria FANOFLOR	*****	Full-time	P, V	**
Azienda agricola MASCIOLI	*****	Full-time	P, T, V	***
Azienda agricola STORTONI	*****	Full-time	P, V	**
Azienda agricola CAPPELLACCIO	****	Part-time	P, V	**
Azienda agricola LA MADIA	*****	Full-time	P, T, V	****
Azienda agricola ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA	*****	Full-time	P, T, V	**
Azienda agricola LA FAVELLA	****	Full-time	P, V	*****
Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA	*****	Full-time	P, T, V	**

[66] *: nessuna; **: poca; ***: discreta; ****: molta; *****: moltissima.
[67] P: produzione; T: trasformazione; V: vendita.
[68] In base alla quantità prodotta attualmente.

4.17.3. Profilo economico e patrimoniale[69]

AZIENDE	% incidenza dei costi sulla redditività aziendale[70]	Livello degli investimenti iniziali	% di incidenza dei finanziamenti pubblici sugli investimenti iniziali	Possibilità di espansione aziendale[71]
Azienda agricola CHESSA	95,7%	****	10%	*
Azienda agricola ACCADIA	25,5%	****	0%	*
Cooperativa agricola S. ROMUALDO	50%	***	12,8%	**
Azienda vinicola CORONCINO	16,6%	****	20,8%	*
Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA	35,3%	*	3%	***
Azienda agricola VERDEVITA	12%	**	17,9%	*
Azienda agricola ed agriturismo LA GIARA	57,2%	***	0%	*
Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI	86%	**	0%	*
Azienda agraria FANOFLOR	74,3%	*	10%	**
Azienda agricola MASCIOLI	121,5%	***	8,8%	*
Azienda agricola STORTONI	53,7%	***	157,5%	***
Azienda agricola CAPPELLACCIO	76,6%	***	41,8%	****
Azienda agricola LA MADIA	213,3%	***	5,73%	****
Azienda agricola ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA	59,5%	*	0%	***
Azienda agricola LA FAVELLA	27,8%	****	0%	***
Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA[72]	65,5%	****	1,9%	**

[69] *: basso; **: medio; ***: elevato; ****: molto elevato.
[70] Percentuale relativa all'ultimo periodo analizzato (1999 o, per alcune aziende, 2000).
[71] Per disponibilità di ulteriori terreni, per possibilità di un migliore utilizzo di quelli già coltivati, di aumentare gli alloggi degli agriturismi e per disponibilità di manodopera.
[72] Gli investimenti ed i finanziamenti si riferiscono agli anni 1997, 1998, 1999.

4.17.4. Integrazione con l'ambiente circostante[73]

AZIENDE	Importanza della localizzazione[74]	Accessibilità	Integrazione con l'economia locale	Problemi burocratici
Azienda agricola CHESSA	ooooo	ooo	oooo	oooo
Azienda agricola ACCADIA	ooooo	oo	oooo	oooo
Cooperativa Agricola S. ROMUALDO	ooooo	ooo	oooo	oooo
Azienda vinicola CORONCINO	oooo	ooooo	ooo	oooo
Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA	ooo	oooo	ooooo	ooooo
Azienda agricola VERDEVITA	ooo	oo	oooo	oooo
Azienda agricola ed agriturismo LA GIARA	ooooo	oooo	ooooo	oooo
Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI	ooo	ooo	ooo	oooo
Azienda agraria FANOFLOR	oo	ooooo	oooo	ooo
Azienda agricola MASCIOLI	oo	oo	oooo	oo
Azienda agricola STORTONI	ooo	oooo	ooo	oo
Azienda agricola CAPPELLACCIO	o	oooo	oooo	oo
Azienda agricola LA MADIA	oooo	oo	oooo	oo
Azienda agricola ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA	ooooo	oooo	oooo	oo
Azienda agricola LA FAVELLA	oooo	ooooo	oooo	oo
Azienda agricola ed agriturismo LA CAMPANA	ooooo	ooooo	ooooo	oo

[73] o: nessuna; oo: scarsa; ooo: discreta; oooo: elevata; ooooo: molto elevata.
[74] Riferita al prodotto.

4.17.5. Ripetibilità, grado di innovazione e futuro delle aziende[75]

AZIENDE	Grado di realizzazione dei progetti per il futuro[76]	Grado di ripetibilità	Originalità dell'idea
Azienda agricola CHESSA	A, D	°°°°	°°°°
Azienda agricola ACCADIA	D	°°°°	°°°°
Cooperativa agricola S. ROMUALDO	A	°°°	°°°
Azienda vinicola CORONCINO	A	°°°	°°°°
Azienda agricola IL PROFUMO DI EVA		°°°°	°°°°
Azienda agricola VERDEVITA	A	°°°°	°°°°
Azienda agricola Ed agriturismo LA GIARA	A	°°°	°°°°
Azienda agricola ed agriturismo BARTOLACCI	A	°°°	°°°
Azienda agraria FANOFLOR	A	°°	°°
Azienda agricola MASCIOLI	A	°°°	°°°°
Azienda agricola STORTONI		°°°	°°°°
Azienda agricola CAPPELLACCIO	A	°°°	°°
Azienda agricola LA MADIA	A	°°°°	°°°°
Azienda agricola ed agriturismo LA LOCANDA DELLA TROTA		°°°	°°°
Azienda agricola LA FAVELLA	A	°°°°	°°°°
Azienda agricola Ed agriturismo LA CAMPANA		°°	°°°°

[75] °: basso; °°: discreto; °°°: elevato; °°°°: molto elevato.

[76] In base agli eventuali ostacoli costituiti dai divieti imposti dalle norme vigenti (D), o alla possibilità di ottenere aiuti pubblici (A) in tempi modici, considerando che la volontà di diversificazione è elevata da parte degli imprenditori.

ALCUNE NOTE CONCLUSIVE

Al termine di un'esperienza come questa, vale la pena tirare alcune somme, anche se molte considerazioni sono già state fatte nello svolgimento del lavoro.

Le trasformazioni ed i cambiamenti che stanno avvenendo nel settore agricolo della regione Marche, sono un fattore di rilevante interesse ed offrono molteplici spunti per eventuali e più approfonditi percorsi di studio ed analisi.

Il primo elemento che colpisce nel far visita alle aziende e, soprattutto nel parlare con gli imprenditori, è il modo, di questi, di pensare e di concepire l'agricoltura, innanzitutto non più come indice di povertà ed isolamento, ma come settore perfettamente integrato nella società e nell'economia; il secondo è vedere come tutta l'attività aziendale sia svolta secondo questo principio.

Ciò mette in risalto la forte componente "passionale" dei conduttori aziendali, il loro profondo coinvolgimento nell'attività ed il loro attaccamento alla terra, fattori, questi, la cui conseguenza diretta è che vengono spesso lasciati in secondo piano i tradizionali obiettivi imprenditoriali, primo tra tutti, la massimizzazione del profitto; obiettivi che, invece, è indispensabile tenere in considerazione per la sopravvivenza di queste aziende e per la loro presenza sul territorio.

Lo spirito di iniziativa ed imprenditoriale, forse dato anche dalla giovane età dei conduttori, li spinge ad aprirsi al mondo esterno alla ricerca di informazioni e novità, ad applicare metodi e tecniche di compatibilità ambientale e con le norme vigenti, a valorizzare, in definitiva, il settore agricolo nella sua interezza, innovando e diversificando l'attività, attraverso la propria fantasia e creatività.

Le aziende intervistate rappresentano solo alcuni esempi di quelle esistenti nella regione, sicuramente ci sono casi altrettanto interessanti e nuovi, segno, questo, ancora più evidente che l'agricoltura sta facendo progressi in direzione della multifunzionalità e che il nuovo modello agricolo europeo si sta diffondendo sul territorio.

Fondamentale è, a tal proposito, l'aiuto che può venire dagli enti pubblici, in primo luogo l'Unione Europea che, allo scopo della diffusione del nuovo modello di agricoltura, elargisce premi, aiuti, contributi ed incentivi. Il problema è, però, come hanno ribadito anche alcuni imprenditori intervistati, sarebbe necessario qualcuno che segua queste cose e che lavori per la ricerca di finanziamenti alle iniziative da mettere in pratica o, meglio, che sia in grado di trovare quali attività sono finanziate, perché gli agricoltori stessi non hanno tempo di informarsi su tali opportunità: in questo modo lo sviluppo sarebbe ancora più veloce ed ancora più specificamente proiettato in direzione di quel modello di agricoltura che l'UE vuole diffondere.

Da alcune indagini compiute risulta, ad ogni modo, che le Marche sono tra le prime regioni in Italia per l'utilizzo degli aiuti comunitari per l'agricoltura: ciò sta, ancora una volta, a dimostrare la dinamicità del settore. D'altra parte, però, quella percentuale di risorse non utilizzata costituisce uno spreco e, quindi, una mancata occasione, per l'agricoltura, di un rinnovamento ancora più deciso.

A tale proposito cruciale è il ruolo delle Organizzazioni agricole ed, in particolare, dei divulgatori: soggetti il cui compito principale è proprio quello di informazione e formazione agli operatori del settore; tale compito è oggi più facile, non solo per la maggiore facilità di divulgazione delle informazioni, ma

anche per la riduzione del grado di isolamento delle aziende agricole, i cui conduttori sono più aperti verso l'esterno, più ricettivi verso le informazioni e più disposti alla collaborazione.

Un elemento di novità che va rilevato è, infatti, proprio il forte spirito di cooperazione tra le aziende innovative e delle stesse con gli altri settori, soprattutto quello dei servizi; inoltre, il fatto che l'agricoltura dia ascolto al mercato, semplifica e facilita la coordinazione di domanda ed offerta, cosicché le esigenze e le richieste dei consumatori possono essere soddisfatte al meglio.

La collaborazione tra agricoltori attribuisce, inoltre, un maggiore grado di flessibilità alle aziende e all'intero settore, innanzitutto per il fatto che le esperienze sono portate alla conoscenza di tutti: il confronto offre maggiori opportunità di ripetibilità delle stesse, nonché di miglioramento e consolidamento delle aziende già funzionanti.

I casi analizzati, così come tutte le aziende innovative in agricoltura, dunque, sono di rilevante interesse soprattutto se si considera il fatto che il percorso verso l'introduzione di innovazioni non è privo di difficoltà: iniziare un'attività nuova e diversa, farsi conoscere, vincere l'iniziale diffidenza del mercato, acquisire credibilità e fiducia all'esterno sui prodotti e/o servizi offerti, nonché sui metodi di produzione, di trasformazione utilizzati e, non ultimo, trovare aiuti, anche finanziari, all'esterno, che consentano un avvio deciso dell'attività non sono operazioni facili e, oltretutto, richiedono consistenti investimenti in tempo, risorse umane e risorse finanziarie.

Multifunzionalità dell'agricoltura, però, non significa solo introdurre un'innovazione, sia essa di prodotto, di processo, di filiera, ecc.: il concetto è più ampio e si può affermare che l'introduzione di innovazioni costituisce un tassello del mosaico della multifunzionalità o, sotto altri punti di vista, una sua conseguenza. Ciò per dire che un'agricoltura multifunzionale è caratterizzata anche da altri fattori, primo tra tutti la diversificazione, ossia la realizzazione, accanto alla produzione principale d'impresa, di altri prodotti e/o servizi, che non sempre sono altri beni alimentari, ma anche non alimentari, beni immateriali, o beni e servizi non commerciali, cioè non remunerati dal mercato.

Ciò comporta una diversificazione dei redditi aziendali ed anche una maggiore regolarità delle entrate, data dal fatto che i periodi di crisi di un'attività possono essere coperti dal favore di cui gode l'altra.

L'azienda agricola che, in seguito alla diversificazione, non riuscendo a far fronte a tutte le operazioni, si rivolge al settore terziario e, quindi, permette un'integrazione tra settori economici, attraverso il contoterzismo, è anch'essa multifunzionale e lo è anche l'azienda il cui conduttore, o la cui famiglia, integra e quindi diversifica, il proprio reddito agricolo con altri redditi provenienti dallo svolgimento di attività negli altri settori dell'economia.

Multifunzionalità vuol dire anche pratica di un'agricoltura che rispetta le norme ambientali, che si adopera per la cura del paesaggio e del territorio, che ne rispetta i tempi di rigenerazione delle risorse: un'agricoltura, cioè, sostenibile, nella quale, tra l'altro, quattro forme di capitale, umano, naturale, sociale ed artificiale, che ne denotano la struttura, siano perfettamente bilanciati per un equilibrio del sistema stesso.

L'agricoltore multifunzionale è, in definitiva, colui che si spinge oltre lo svolgimento di un'attività agricola tradizionale di esclusiva produzione di beni alimentari e svolge un'attività complessa ed articolata.

Apparentemente un'agricoltura multifunzionale può sembrare sempre innovativa, poiché offrire prodotti e servizi nuovi, rimodernare l'impronta organizzativa e gestionale, svolgere un'attività in modo professionale, occupandosi di una serie diversificata di funzioni, rendere l'agricoltura un settore integrato, e così via, sono certamente elementi di novità, ma in realtà multifunzionalità significa anche restituire agli agricoltori le loro funzioni, i metodi e le tecniche di produzione e trasformazione tradizionali, i valori e le usanze di un tempo che tale tipo di agricoltura tende a riportare alla luce.

In definitiva non si può generalizzare affermando che tra multifunzionalità ed innovazione c'è una corrispondenza biunivoca, anche se sotto molti aspetti, un'iniziativa di agricoltura innovativa è spesso indice di multifunzionalità, ma quest'ultimo è, tuttavia, un concetto più esteso.

In un'agricoltura multifunzionale non conta soltanto lo svolgimento dell'attività agricola al fine della produzione, ma l'intero aspetto socio–culturale ne resta coinvolto e, con esso, le realtà locali e le loro peculiarità: i due fattori, quello socio–culturale e la cultura d'impresa devono, quindi, trovare un proprio equilibrio, in maniera tale da evitare le conseguenze che potrebbero scaturire dall'attaccamento alla terra, di cui si diceva prima. Entrambi i fattori, dunque, acquisiscono un'importanza cruciale, quali prerogative per la diversificazione, per l'innovazione, per la riscoperta di certi valori, ecc, e, allo stesso tempo, perché le aziende continuino ad esistere sul territorio.

Occorre avere un atteggiamento dinamico e propositivo, al fine di poter cogliere le opportunità che conducono all'innovazione in agricoltura e, più in generale, che consentono di entrare in quel circolo virtuoso che proietta l'agricoltura verso una dimensione multifunzionale. Opportunità di migliorare ed ammodernare le strutture aziendali e, quindi, le caratteristiche del settore stesso, di rendere attraente l'agricoltura per persone giovani e dinamiche, che più facilmente possono cambiarlo, di praticare le attività più richieste e che ricevono sostegni pubblici, di realizzare i beni e servizi più graditi e così via.

Ciò può risultare maggiormente realizzabile ed interessante se si proietta il tutto all'interno di un sistema complesso, composto non solo dalla realtà economica e d'impresa, ma anche da quelle socio–culturale, territoriale, ambientale, ossia, se vi si fanno rientrare molteplici aspetti, ma, più che altro se si considera il ruolo fondamentale del supporto finanziario degli Enti pubblici a tale proposito.

Quella degli aiuti esterni, dunque, costituisce una delle principali opportunità da cogliere, al fine di dare realizzazione ad idee e progetti di agricoltura innovativa e, anzi multifunzionale. Allo stesso tempo, però, essa rappresenta un problema, come emerge dalle testimonianze dei conduttori delle aziende studiate in questo lavoro; ma ciò non significa che tale problema non può essere risolto e, per lo meno affrontato, come alcune aziende di quelle qui trattate hanno fatto, prevenendosi contro i ritardi degli Enti pubblici, attraverso una progettazione ed una programmazione della richiesta degli aiuti, operazione che è stata possibile grazie al supporto formativo ed informativo delle Organizzazioni di categoria.

Questo, come altri problemi, dunque, non possono costituire un ostacolo che conduce alla rinuncia e all'abbandono delle speranze di realizzazione dei progetti.

Se tutto ciò è vero per l'agricoltura in genere, di certo lo è anche per quella della regione Marche, la quale, se da un lato rimane ancorata ad un'attività

agricola svolta in modo tradizionale, dall'altro comprende una polverizzata realtà di nuclei aziendali che si stanno, invece, dirigendo verso la multifunzionalità.

Come sarà, allora, il futuro nell'agricoltura della regione? Se si considera il fatto che queste terre sono tra quelle che più a lungo hanno resistito alla scomparsa della mezzadria, la forte polverizzazione della proprietà degli appezzamenti che ne deriva, rende più difficile la diffusione di una mentalità innovativa, ma soprattutto, la ricettività informativa da parte degli agricoltori risulta ridotta, anche per l'anzianità degli stessi, fattore che contribuisce all'assenza di spirito imprenditoriale e alla mancanza di volontà ad impegnarsi in un'attività complessa ed articolata.

Questa schiera, dunque, rimane ancorata ai vecchi sistemi e, se gli agricoltori anziani da una parte non hanno le forze necessarie ad un utilizzo più efficace delle risorse naturali, umane, del territorio ed aziendali, d'altra parte non permettono anche la realizzazione di una possibile azione risolutiva della situazione.

Tale soluzione potrebbe essere costituita dalla cessione, anche solo a livello gestionale, di tali terreni, ad altri imprenditori che pratichino agricoltura multifunzionale.

In definitiva la realizzazione di un'agricoltura multifunzionale diffusa, nella regione, non è impresa facile, anche se i numerosi casi già esistenti, o in procinto di venire alla luce, qualificano ed esaltano notevolmente la realtà rurale marchigiana.

D'altra parte la gamma di attività che l'agricoltura permette di svolgere è molto ampia e tutte, se praticate secondo i criteri della multifunzionalità e dell'innovazione, lasciano ampio spazio alla fantasia ed alla creatività personali.

APPENDICE

Questionario delle interviste

PARTE I: NOTIZIE GENERALI
Come e quando è nata la sua impresa? Da che cosa è scaturita l'idea? Chi ha iniziato l'attività? Per quale motivo ha deciso di realizzare questo tipo di prodotti/servizi? Dove ha raccolto le informazioni necessarie?
PARTE II: ASPETTO ECONOMICO
a) Caratteristiche dell'impresa, della produzione e aspetto commerciale
Chi lavora nell'impresa (solo familiari)? Se vi sono lavoratori extra-familiari, sono salariati fissi o avventizi? Sono impiegati part-time o full-time? Di che cosa si occupa l'imprenditore nell'azienda? 10. Aveva un'altra occupazione prima che nascesse l'azienda? Quali sono le dimensioni aziendali e come sono suddivise tra le varie produzioni? Quali sono le dimensioni della produzione annua (in quintali, in litri, ecc..)? La filiera produttiva si svolge interamente in azienda o fa uso di aziende terziste per alcune fasi del processo produttivo? Quali sono gli sbocchi sul mercato, cioè a chi si rivolge la produzione? Il mercato è locale o anche più ampio? Utilizza una parte del prodotto per autoconsumo? Riesce a soddisfare la domanda? C'è qualche marchio che contrassegna i suoi prodotti (aziendale, biologico, ecc..)? Utilizza qualche forma di pubblicità per l'azienda e/o per i prodotti/servizi (radio, TV, Internet, ecc..)?
profilo economico e patrimoniale complessivo dell'impresa
In che cosa consistono le principali voci di ricavo e di costo? Com'è composto il patrimonio aziendale (terreni, fabbricati, macchine, attrezzature, ecc..)? In che cosa consistono i maggiori investimenti (ampliamento della dimensione aziendale, dell'attività, della produzione, inserimento dell'attività commerciale, ecc..)? Le strutture che possiede sono sufficienti alla dimensione della produzione? A quali tipi di finanziamenti accede o ha avuto accesso la sua azienda? Quali sono e/o quali sono stati i problemi per ottenerli?
PARTE III: INTEGRAZIONE CON L'AMBIENTE CIRCOSTANTE
Quanto è importante la localizzazione dell'azienda per il tipo di prodotto realizzato? Questa localizzazione le permette di sfruttare un flusso di persone particolare, dovuto alla presenza di altre strutture (ristoranti, aree di interesse storico, archeologico, naturalistico, culturale, ecc..)? Le vie di comunicazione sono lontane o il luogo è giudicato (da chi viene in azienda) facilmente accessibile? Qual è il livello di integrazione con l'economia locale (con gli altri settori produttivi e con lo stesso settore agricolo, inteso in senso multifunzionale)? Quali tipi di rapporti ha instaurato con le associazioni di categoria, organizzazioni varie e con le altre aziende agricole? Partecipa a qualche tipo di iniziativa promossa nella zona e/o fuori (fiere e mercati tipici, tour enogastronomici, ecc..)?
PARTE IV: CONSIDERAZIONI DEL CONDUTTORE SULL'ATTVITA' E SUL FUTURO
Qual è secondo lei l'elemento innovativo nella sua azienda (prodotto, organizzazione, gestione, ecc..)? Giudica la sua esperienza ripetibile? L'esperienza conta? Ci sono, cioè, errori commessi in passato che non ripeterebbe? Quali sono i suoi progetti per il futuro dell'azienda?

Scheda aziendale n. 1

NOTIZIE GENERALI					
NOME AZIENDA					
Forma d'impresa	conduzione diretta	ditta individuale	società di persone	società di capitali	Cooperativa
Comune di localizzazione (prov.)					
Località					
Altitudine dell'azienda (m slm)					
Distanza dal centro abitato (km)					
Superficie aziendale	totale	coltivata	in proprietà	in affitto	
Ettari					
Famiglia dell'imprenditore	sesso	età	titolo di studio	occupazione principale	Occupazione secondaria
Conduttore					
Precedente occupazione dell'imprenditore					
Anno di insediamento dell'azienda agricola					
Manodopera impiegata in azienda (1999)	familiari	salariati	Avventizi		
Numero					
Fissi					
Occasionali					

Scheda aziendale n. 2

PROFILO ECONOMICO E PATRIMONIALE (in milioni di lire)			
Componenti economiche	1997	1998	1999
Ricavi di vendita			
Scorte di prodotti finiti			
Costi delle materie prime			
Scorte delle materie prime			
Costi per l'acquisto di servizi da terzi			
Spese per la manodopera non familiare			
Spese generali			
Costi fissi (ammortamenti)			
Oneri finanziari			
Imposte e tasse			
Impieghi finanziari	iniziali ( )	a regime ( )	1999
Terreni			
Fabbricati e impianti			
Macchine e attrezzature			
Bestiame/piantagioni			
Scorte			
Crediti			
Liquidità			
Fonti di finanziamento	iniziali ( )	a regime ( )	1999
Proprie			
Di terzi			

BIBLIOGRAFIA

Testi

ALLAIRE G., BOYER R. (a cura di) – "La grande transformation de l'agriculture", Inra-Economica, Paris 1995.

ANSELMI S. – "Appunti per una storia della mezzadria nelle Marche", Costituente contadina Marche, Il Patto Arcaico, Ancona, 1977.

BARTOLA A. – "Alcune considerazioni sul passaggio dalla mezzadria all'affitto", Costituente contadina Marche, Il Patto Arcaico, Ancona, 1977.

BATIE S. S., HEALY R. G. – "The Future of American Agriculture as a Strategic Resource", CF, Washington, 1980.

BENCIVENGA R. – "L'America verde", Edagricole, Bologna, 1983.

Van BROEKHUIZEN R., KLEP L., OOSTINDIE H., van der PLOEG, J. D. – "Renewing the countryside. An atlas with two hundred examples from dutch rural society", Misset Publishers bv Doetinchem, 1997.

BUCKWELL A., CAMPLI M., DAVIDOVA S., HERVIEU B., RABINOWICZ E., SOTTE F., SUMPSI VINAS J. M., VON MEYER H. – "Coltivare l'Europa", Liocorno editori, Roma, 1997.

CANNATA G. (a cura di) – "Aziende e famiglie nella collina e montagna appenninica, studi di casi. Ricerche avanzate per innovazioni nel sistema agricolo", FrancoAngeli, Milano, 1995.

CANNATA G. – "I sistemi agricoli territoriali italiani", Angeli, Milano, 1989.

CANNATA G. – "Lo sviluppo del mondo rurale: problemi e politiche, istituzioni e strumenti", Atti del XXXI Convegno di studi della SIDEA, Campobasso 22- 24 settembre 1994, Il Mulino Bologna, 1995.

CESARO L., MAROTTA G. – "Politiche di sviluppo rurale nelle Regioni dell'Obiettivo 5b", Inea, Roma, 2000.

COLOMBO G. – "Quale futuro per l'agricoltura italiana", Il Mulino, Bologna, 1995.

FANFANI R. (a cura di) – "Il contoterzismo nell'agricoltura italiana", INEA, Quaderni della Rivista di Economia Agraria, Il Mulino, Bologna, 1990.

De FARCY H., - "L'espace rural", Presses Universitaires de France, Paris, 1975.

HAYAMI W. – "Agriculture et développement, un approche internationale", Inra Economica, Paris, 1998.

HERVIEU B. – "Les champs du futur", Juillard, Paris, 1994.

HOUEE P. – "Les politiques de développement rural", Inra Economica, Paris, 1996

NAPPA A. – "Agricoltura part – time e politica agraria", Formez, Napoli, 1986.

OECD – "Niche Markets and Rural Development", OECD, Paris, 1995.

PIERONI O. – "Agricolture a tempo parziale", Quaderni della Rivista di Economia Agraria, Il Mulino, Bologna, 1983.

ROSENBLUM J. W. – "Agriculture in the Twenty – First Century", Wiley, 1983.

SALTINI A. – "Agricoltura americana. I segreti del successo agricolo USA", Edagricole, Bologna, 1983.

SOLUSTRI A. – "L'agricoltura nelle Marche alle soglie del 2000", Atti del ciclo di incontri sul tema dell'Associazione "A. Bartola", Ancona, Clua, 1997.

SOTTE F. – introduzione al volume "Agricoltura e natura", Associazione "A. Bartola", FrancoAngeli, Ancona, in corso di pubblicazione.

SOTTE F., ESPOSTI R., TONNARELLI M. – "La sfida della Complessità, Agricoltura e sviluppo rurale nelle regioni dell'Italia centrale", Edizioni Lavoro, Roma, 1996.

STASSART P. (sous la coordination de) – "Du savoir aux saveurs, 101 chemins pour une alimentation de qualité", Fondation Universitaire Louxembourgeoise Vredeseilanden Coopibo, 1999.

Articoli

ADORNATO F. – "L'agricoltura nell'Italia che cambia", La Questione Agraria, n. 68, 1997.

ANGIOLINI S. – "Agriturismo, turismo rurale, turismo–natura: strumenti per una politica regionale", La Questione Agraria, n. 60, 1995.

ANSALONI F. – "Innovazioni organizzative nelle aziende zootecniche bovine da carne biologiche", Università degli Studi di Camerino, 1999.

BAGNARESI U., QUADRETTI R. – "La valutazione del paesaggio rurale", Terra e Vita, n. 5, 2000.

BARTOLINI R. – "Colture alternative per colline argillose", Terra e Vita, n. 39, 2000.

BASILE E., CECCHI C. – "Differenziazione e integrazione nell'economia rurale", Rivista di Economia Agraria, nn. 1 – 2, giugno 1997.

BAZZANI G. M. – "Agricoltura ed ambiente. L'esperienza statunitense negli anni '80", Rivista di Politica Agraria, n. 4, dicembre 1991.

BEURET J. E. – "L'agriculture dans l'espace rural. Quelles demandes pour quelles fonctions?", Economie Rural, n. 242, Novembre – Decembre 1997.

BORRONI Sen. R. – "La nuova PAC alla luce di Agenda 2000", Agricoltura, n. 295, luglio – agosto 1999

BRYDEN J. – "Part–time farming: a note on definitions – a further comment", Journal of Agricultural Economics, n. 1, January, 1992.

BUCKWELL A. – "Agenda 2000 and beyond: towards a new common agricultural and rural policy for Europe – CARPE", Pubblicazioni dell'Associazione "A. Bartola", studi e ricerche di economia e di politica agraria, n. 3, giugno 1998.

BUCKWELL A., BLOM J., COMMINS P., HERVIEU B., HOFREITHER M., VON MEYER H., RABINOWICZ E., SOTTE F., SUMPSI VINAS J. M. – "Verso una politica agricola e rurale comune per l'Europa", Pubblicazioni dell'Associazione "A. Bartola", studi e ricerche di economia e di politica agraria, n. 2, aprile 1998.

CARBONE A. – "La presenza dei giovani in agricoltura", La Questione Agraria, n. 61, 1996.

CENA DELGADO F.– "Gli approcci economici allo sviluppo rurale. Una breve rassegna storica", La Questione Agraria, n. 65, 1997.

COMMISSIONE EUROPEA – "Dichiarazione di Cork: un'Europa rurale viva", LEADER Magazine, n. 13 inverno 1997.

COMMISSIONE EUROPEA – "I nuovi parametri UE per calcolare i redditi delle aziende agricole", Agrisole, Documenti, 16 – 22 giugno 2000.

COMMISSIONE EUROPEA, DIREZIONE GENERALE VI - AGRICOLTURA – "Agenda 2000. Proposte della Commissione. Quale avvenire per l'agricoltura europea?", Relazione esplicativa, Pubblicazioni dell'Associazione "A. Bartola", studi e ricerche di economia e di politica agraria, n. 1, marzo 1998.

COPAGRI MARCHE – "Agrishopping: ora la qualità si acquista direttamente in azienda", Copagri Notizie, novembre – dicembre 2000.

COPAGRI MARCHE – "Aziende di successo: un catalogo dal quale scegliere", Copagri Notizie, novembre – dicembre 2000.

COPAGRI MARCHE – "Nasce a S. Marcello il primo centro di valorizzazione dei prodotti aziendali", Copagri Notizie, novembre – dicembre 2000.

CORSI A. – "La famiglia - azienda, il contesto economico ed i fattori determinanti del part – time", Rivista di Economia Agraria, n. 2, giugno 1991.

CORSI A. – "Le aziende familiari come unità istituzionali dominanti in agricoltura: note in margine al XXI Convegno IAAE", Rivista di Economia Agraria, n. 4, dicembre 1991.

DE FILIPPIS F., SALVATICI L. – "La nuova politica agraria degli Stati Uniti: un modello da seguire?", La Questione Agraria, n. 65, 1997.

DE GHISLANZANI CARDALI On. G. – "L'agricoltura italiana nel contesto della recente riforma della PAC", Agricoltura, n. 293, marzo – aprile 1999.

DE MURO P. – "L'insostenibile leggerezza dello sviluppo locale", La Questione Agraria, n. 73, 1999.

DI COCCO E. – "Riflessioni sui rapporti tra agricoltura, territorio e ambiente", Rivista di Politica Agraria, n. 3, settembre 1991.

DI MARZIO G. – "Produrre ambiente: nuova sfida per l'impresa", Terra e Vita, n. 38, 2000.

DI MARZIO G. – "Un nuovo prodotto agricolo: il paesaggio", Terra e Vita, n. 38, 2000.

DI SANDRO G. – "Innovazioni in agricoltura: mode (teoriche), fatti, loro interpretazione e possibili politiche", Rivista di Politica Agraria, n. 2, aprile 1996.

EBOLI M. G. – "Tempo parziale e pluriattività, gli sviluppi della ricerca e dell'informazione", La Questione Agraria, n. 53, 1994.

EPAGNEUL M. F., MATHIEU N. – "La leçon des témoignages", Economie Rurale, n. 253, Septembre – Octobre 1999.

FABIANI G., SCARANO G. – "Una stratificazione socioeconomica delle aziende agricole: pluralismo funzionale e sviluppo territoriale", La Questione Agraria, n. 59, 1995.

FANTUZZI G. – "Agenda 2000: una riforma annacquata", La Questione Agraria, n. 73, 1999.

FAVIA F. (a cura di) – "Concentrazione produttiva e nuova ruralità". Intervista a Corrado Barberis, La Questione Agraria, n. 49, 1993.

FORD RUNGE C., ERDMAN L. – "L'agricoltura negli Stati Uniti d'America", Rivista di Politica Agraria, n. 6, dicembre 1993.

FRISIO D., - "Transizione e sviluppo agricolo", Rivista di Economia Agraria, n. 2, giugno 1994.

GALIZZI G. – "Una politica agraria per il cambiamento", Rivista di Politica Agraria, n. 5, ottobre 1993.

GALLETTO L. – "Considerazioni sul Rapporto Alternative Agriculture", Rivista di Politica Agraria, n. 4, dicembre 1990.

GASSON R. – "Part–time farming; a note on definition – comment", Journal of Agricultural Economics, n. 2, May, 1991.

GAUDIO G., PESCE A. – "Prospettive e strumenti per le aree rurali: i programmi LEADER", La Questione Agraria, n. 66, 1997.

GIOS G., RIZZI I. – "Ambiente ed attività agricola: le conseguenze della struttura aziendale sulla permanenza dell'agricoltura montana", Rivista di Economia Agraria, nn. 1 – 2, giugno 1997.

GREGORI M., - "Quante agricolture a basso impatto ambientale?", Rivista di Politica agraria, n. 4, dicembre 1992.

GREGORI M., - "Modelli teorici alternativi ed interpretazioni complementari di fenomeni empirici: il caso del contoterzismo in agricoltura", Rivista di Economia Agraria, n. 3, settembre 1991.

GREGORI M., CHIESA R. – "Organizzazione della meccanizzazione aziendale e domanda di contoterzismo in Italia", Rivista di Economia Agraria, n. 1, marzo 1991.

HILLMAN J. S. – "Confessions of a Double Agent in the EC – US Agricultural Policy Argument", Journal of Agricultural Economics, n. 3, September, 1992.

JONES G. E. – "La diffusione delle innovazioni e i processi decisionali in agricoltura", Rivista di Economia agraria, n. 3, settembre 1992.

LUCIA D. – "Il futuro agriturista tra fagiani e pernici", Agrimese, giugno 2000.

LUND P. J. – "Part–time farming: a note on definitions", Journal of Agricultural Economics, n. 2, May, 1991.

LYSON T. A. – "Moving Toward a Civic Agriculture", choices, Third Quarter, 2000.

M. A. – "Vacanze in fattoria, estate record", Agrisole, 1 – 7 settembre 2000.

MAGNI C., DE SANTIS S. – "Piccola impresa, integrazione e sistemi locali: riflessioni teoriche ed evidenze empiriche", Rivista di Economia Agraria, n. 2, giugno 1994.

MARINELLI A., SABBATINI M., TURRI E. – "Le tipologie delle aziende agricole italiane tra professionalità e accessorietà", Rivista di Economia Agraria, n. 3, settembre 1998.

MASTRANTONIO A. – "Italia, troppe battaglie perse sul campo", Il Sole 24 Ore, 21 febbraio 2001.

MONTRESOR E. – "Il ruolo dell'agricoltura nelle aree protette", La Questione Agraria, n. 55, 1994.

OFFUTT S., SHOEMAKER R. – "Agricultural Land, Technology and Farm Policy", Journal of Agricultural Economics, n. 1, January, 1990.

OLPER A. – "Politiche, agricoltura e interesse pubblico", Rivista di Economia Agraria, n. 2, giugno 1994.

PASCA R. – "Prospettive e condizioni per lo sviluppo di un'agricoltura sostenibile in Italia", Rivista di Politica Agraria, n. 1, marzo 1991.

PECCI F., LIPPARINI C. – "Le principali differenziazioni territoriali del contoterzismo", La Questione Agraria, n. 51, 1993.

PECORARO SCANIO A., - "Un impegno per la new agriculture", Il Sole 24 Ore, 16 dicembre 2000.

PROVINCIA DI PARMA, ASSESSORATO ALL'AGRICOLTURA E ALIMENTAZIONE – "Scuola in Fattoria", Provincia di Parma, 1999.

RAVAGLIA C. – "Il sostegno comunitario per far conoscere la campagna", Agricoltura, n. 1 gennaio 2000.

RIGHI M. e C. – "L'escalation della vendita diretta", Terra e Vita, n. 22, 2000.

ROSA F. – "Sostenibilità dello sviluppo, uso delle risorse naturali ed implicazioni per l'agricoltura", Rivista di Economia Agraria, n. 4, dicembre 1991.

SALVATICI L. – "La transizione verso un'economia agraria integrata", Rivista di Economia Agraria, n. 2, giugno 1994.

SALVEMINI G. – "Agricoltura e Burocrazia", L'Unità, 8 gennaio, 1920.

SALVINI E. – "Contoterzismo ed innovazioni organizzative in agricoltura", Rivista di Politica Agraria, n. 1, Febbraio 1995.

SCANU S. – "Finalità dell'attività agrituristica nell'ambito delle politiche ambientali", Rivista di Politica Agraria, n. 1, Marzo 1992.

SCANU S. – "Rapporti di integrazione intersettoriale in agricoltura e condizionamenti strutturali", Rivista di Politica Agraria, n. 3, settembre 1990.

SCARAMUZZI F. – "Censite le fattorie didattiche", L'Informatore Agrario, n. 44, 2000.

SCKOKAI P. – "L'evoluzione delle politiche agricole negli USA e nella CEE: una rilettura alla luce dell'idea di decoupling", Rivista di Politica Agraria, n. 3, giugno 1994.

SHUCKSMITH D. M. – "Pluriactivity, Farm Structures and Rural Change", Journal of Agricultural economics, n. 3, September, 1989.

SORDO M., SCHIFF M. C. – "Ancora 'insostenibile' l'agricoltura europea", L'Informatore Agrario, n. 20, 2000.

SORDO M., SCHIFF M. C. – "Il vino viaggia in Internet", L'Informatore Agrario, n. 14, 2000.

SOTTE F. – "Agenda 2000 e oltre…Schede riassuntive sulla riforma della politica agricola e di sviluppo rurale in Europa", Pubblicazioni dell'Associazione "A. Bartola", studi e ricerche di economia e di politica agraria, collana appunti, n. 5, giugno 1999.

SOTTE F. – "Per un nuovo patto sociale tra gli agricoltori e la società", La Questione Agraria, n. 65, 1997.

SOTTE F. – "Sviluppo economico, agricoltura e politica agraria. L'attualità del pensiero scientifico di Alessandro Bartola", La Questione Agraria, n. 62, 1996.

SOTTE F. – "Sviluppo rurale: una nuova stagione del regionalismo", La Questione Agraria, n. 57, 1995.

SOTTE F. – "Verso una politica agricola e rurale comune per l'Europa (CARPE), Quale riforma della PAC attraverso e dopo Agenda 2000", Rivista di Economia Agraria, nn. 1 – 2, giugno, 1998.

VINCENZI G. – "L'agricoltura punta sui bambini", L'Informatore Agrario, n. 23, 2000.

Atti dei convegni

ASSOCIAZIONE EUROPEA DEGLI ECONOMISTI AGRARI (EAAE) – "L'agricoltura affronta il XXI secolo in un contesto globale", Atti del IX Congresso dell'Associazione Europea degli Economisti Agrari (AEEA), Varsavia, 24 – 28 Agosto, 1999.

ASSOCIAZIONE EUROPEA DEGLI ECONOMISTI AGRARI (EAAE) – "The Socioeconomics of Origin Labelled Products in Agrifood Supply Chains: Spatial,

Institutional and Coordination Aspects", Atti del 67° Seminario EAAE, Le Mans, 28 – 30 ottobre, 1999.

ENTE PARCO REGIONALE DEL CONERO – "Idee innovative per un'agricoltura polifunzionale nel Parco Regionale del Conero", Piano di Sviluppo Socio Economico, 1999.

GHELFI R. – "Evoluzione delle metodologie di analisi dei costi aziendali in relazione alle innovazioni tecniche ed organizzative", XXXVII Convegno di Studi SIDEA, Gruppo di lavoro "Economia dell'azienda", Bologna, 2000.

LUCIA D. – "L'azienda agricola multifunzionale, un'opportunità di sviluppo nelle aree protette", Ancona, 14 novembre 1998.

ROUMEN J. – "Way of learning in rural development. An example from the Netherlands. Rural development: "A slow but steady process". Experience from an institute rooted as green folkhighschool", SBI Centrum Platteland Zeeland, november 1999.

SOTTE F. (a cura di) – "The Regional Dimension in Agricultural Economics and Policies", Atti del 40° Seminario dell'European Association of Agricultural Economists, Ancona, 26 –28 giugno, 1995.

Documenti tratti da siti Internet

ADEPTA – Agriculteur: un métier en évolution constante, 1999, http://www.adepta.com/Panorama/fr/.

ADEPTA – Aménagement du territoire et espace rural, 1999, http://www.adepta.com/Panorama/fr/.

ADEPTA – La Qualité, un imperatif de la chaine agro–alimentaire, 1999, http://www.adepta.com/Panorama/fr/.

ADEPTA – Le Développement agricole, 1999, http://www.adepta.com/Panorama/fr/.

ADEPTA – L'organisation de la profession agricole, 1999, http://www.adepta.com/Panorama/fr/.

ADEPTA – Protection de l'environnement, 1999, http://www.adepta.com/Panorama/fr/.

APPROPRIATE TECHNOLOGY TRANSFER FOR RURAL AREAS (ATTRA) – University–USDA Sustainable Agriculture Programs, 1999, http://www.attra.org.

ASSOCIAZIONE DEI PARCHI NAZIONALI E REGIONALI ABITATI DELL'UNIONE EUROPEA – Contributo dell'Associazione dei Parchi naturali nazionali e regionali abitati dell'Unione Europea alla riflessione sulla riforma della Politica Agricola Comune, Federazione Italiana Parchi e Riserve Naturali, novembre 1998, http://www.parks.it/federparchi/assoeuroparchiabitati/pac.html.

COCHRANE W. W. – A Food Agricultural Policy for the 21st Century, University of Minnesota, 1998, http://www.misa.umn.edu

COLDIRETTI – L'alimentazione europea al centro del prossimo consiglio agricolo, Comunicato stampa Coldiretti, 1 settembre 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

COLDIRETTI – Prodotti tipici nelle mense di scuole e ospedali, Comunicato stampa Coldiretti, 19 aprile 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

COLDIRETTI – Salgono a 105 i prodotti alimentari italiani riconosciuti dall'Unione europea, Comunicato stampa Coldiretti, 8 settembre 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Orientamenti per l'iniziativa comunitaria in materia di sviluppo rurale (Leader+), Comunicazione della Commissione Europea agli Stati membri, Bruxelles, 14 aprile 2000, Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee, 18 maggio 2000, http://www.inea.it/reteleader/leaderpiu/leaderpiu.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Agenda 2000: per un'Europa più forte e più ampia, Strasburgo/Bruxelles, 16 luglio 1997, http://www.inea.it.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Agricoltura e sviluppo rurale: la necessaria convergenza, AEIDL 1999,

http://www.rural-europe.aeidl.be.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Agricoltura e sviluppo rurale: le misure europee a favore dei giovani agricoltori, AEIDL 1999, http://www.rural-europe.aeidl.be.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Agriculture and Environment – Facts and Figures. Rural realities in the european union, 1998, http://europa.eu.int/comm/dg06/envir/en/rur_en/report_en.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Initiative to assist the rural development: LEADER, Documento di lavoro elaborato dalla Commissione, marzo 1999, http://www.inea.it/reteleader/rete/lead-en.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – I Quindici dell'OMC: una voce più unita e più forte, Fact – Sheets, 1999, http://europa.eu.int/comm/dg06/index.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – La nuova iniziativa comunitaria sullo sviluppo rurale LEADER+, 2000, http://europa.eu.int/comm/dg06/leaderplus/index_it.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – La riforma della politica agricola comune. Sostegno allo sviluppo rurale, 1999, http://europa.eu.int/scadplus.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – La sicurezza alimentare: i consumatori innanzitutto, Relazioni agricole 1998, http://europa.eu.int/comm/dg06/publi/review98/p07_it.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Le sfide per i territori rurali, AEIDL 1997, LEADER Magazine, n. 12, 10/1996, http://www.rural-europe.aeidl.be.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Politica di qualità. La ragione, 1998, http://europa.eu.int/comm/dg06/qual/it/pourq_it.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Programma speciale di adesione per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, Fact – Sheets, 1999, http://europa.eu.int/comm/dg06/.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Qualità: come guadagnare mercati e reputazione, Relazioni agricole 1998, http://europa.eu.int/comm/dg06/publi/review98/p09_it.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Riforma della PAC: Sviluppo rurale, Fact-sheets, 2000, http://europa.eu.int.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Riforma della PAC. Una politica per il futuro, Fact-sheets, 1999, **http://europa.eu.int/comm/dg06/fact/policy/index_it.htm**.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Sviluppo rurale, Fact – Sheet, 1999. http://europa.eu.int/comm/dg06/fact/policy/an4_it.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Sviluppo rurale nel periodo 2000 – 2006, Newsletter, n. 1, giugno 1998, http://europa.eu.int/comm/dg06/newsletter/01_it.htm.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – The agricultural Situation in the European Union, 1999 Report, http://europa.eu.int/eclas.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Sei domande chiave per l'analisi di un'azione innovativa, AEIDL, 1997, http://www.rural-europe.aeidl.be.

COMMISSIONE EUROPEA, DG VI AGRICOLTURA – Speciale convegno LEADER. Per una nuova iniziativa comunitaria per lo sviluppo rurale: 800 leader a confronto, discorso conclusivo di Franz Fishler, Commissario UE per l'agricoltura e lo sviluppo rurale atti del convegno LEADER Bruxelles, 11 novembre 1997, http://www.rural-europe.aeidl.be.

CONFAGRICOLTURA – Mentre l'Europa apre ai Paesi Terzi, gli Usa rafforzano la propria agricoltura con trasferimenti straordinari ai produttori, Comunicato Stampa Confagricoltura, 31 ottobre 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI (CIA) – Indagine conoscitiva della Camera sulla sicurezza alimentare, Comunicato stampa CIA, 23 maggio 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI (CIA) – Scuola in fattoria, http://www.scuolainfattoria.it.

CONSIGLIO AGRICOLTURA DELL'UNIONE EUROPEA – Millennium Round: le conclusioni del Consiglio Agricoltura dell'Unione Europea, Agricoltura, n. 297, novembre – dicembre 1999, http://www.ismea.it/Documenti.

DACLON C. M. – Agricoltura e riforme mondiali, Agricoltura, n. 300, maggio – giugno 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

INEA – Che cosa è l'Iniziativa comunitaria LEADER II, 1998, http://www.inea.it/reteleader/leader2/checosa.htm.

INEA – Il Leader II in Italia, 1998, http://www.inea.it/reteleader/leader2/leaderitalia.htm.

INEA – I Programmi Leader Regionali, 1998, http://www.inea.it/reteleader/leader2/plr.htm.

ISMEA – Applicazione del Regolamento 2078/92 in Italia, ISMEA, 1999, http://www.ismea.it/Documenti.

ISTAT – Agricoltura del duemila. Primo passo per l'identikit, Comunicato stampa novembre 1999, http://www.censimenti.it/censagri.

ISTAT – Struttura e produzioni delle aziende agricole. Anno 1998, febbraio 2000, http://www.istat.it/Anotizie/altrein/statinbrev/azagri98.htm.

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E FORESTALI (MiPAF) – Latte, uova, formaggi, carni: da oggi biologici per legge nell'Unione Europea, Comunicato stampa MiPAF, 24 agosto 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E FORESTALI (MiPAF) – Pecoraro Scanio: il biologico non è più un anicchia, soprattutto per i giovani, Comunicato stampa MiPAF, 12 settembre 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E FORESTALI (MiPAF) – Prodotti tradizionali, Comunicato stampa MiPAF, 2 agosto 2000, http://www.ismea.it/Documenti.

RETE NAZIONALE PER LO SVILUPPO RURALE – Che cosa è la Rete Nazionale, INEA, 1999, http://www.inea.it/reteleader/rete/checosa.htm.

RETE NAZIONALE PER LO SVILUPPO RURALE – I Comuni Leader delle Marche, http://www.inea.it/reteleader/gal/cartine/comuni/commarche.htm.

RETE NAZIONALE PER LO SVILUPPO RURALE – I GAL/OC delle Marche, http://www.inea.it/reteleader/gal/cartine/datigal/galmarche.htm.

RETE NAZIONALE PER LO SVILUPPO RURALE – I Piani di Azione Locale in Italia, http://www.inea.it/reteleader/Leader.htm.

RETE NAZIONALE PER LO SVILUPPO RURALE – La nuova iniziativa comunitaria di sviluppo rurale LEADER+, INEA, 2000, http://www.inea.it/reteleader/leaderpiu/nuovainz.htm.

SUSTAINABLE AGRICULTURE NETWORK (SAN) – Reap new Profits. Marketing Strategies for Farmers and Ranchers, NCAT, 2000, http://www.sare.org/san/htdocs/pubs/.

SUSTAINABLE COMMUNITIES NETWORK (SCN) – Growing a Sustainable Economy Topic Area. Agriculture and Food Systems, 1998, http://www.sustainable.org/economy/agriculture.html.

SUSTAINABLE COMMUNITIES NETWORK (SCN) – Growing a Sustainable Economy Topic Area. Urban / Rural Economic Ties, 1998, http://www.sustainable.org/economy/urbanrural.html.

UNIONE EUROPEA – Qualità dei prodotti agricoli, Bollettino UE 10/1998, http://europa.eu.int/abc/doc/off/bull/it9810/p102145.htm.