

RURAL 2021 camp

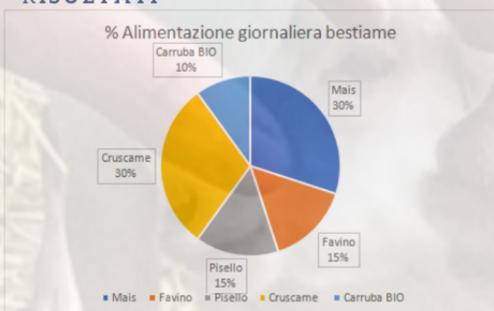


Martina Aceto, Annalisa Cobucci, Paolo De Caria, Valeria Di Gioia, Carlo Fiandesio Vallante, Nicolò Franguelli, Laura Misale, Matteo Monaco, Massimiliano Piedimonte, Ilenia Rocco.

INTRODUZIONE E OBIETTIVI

Nell'ambito del progetto "Rural4Learning", promosso dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e attuato dalla Rete Rurale Nazionale sono incluse visite aziendali, laboratori, co-progettazione, condivisione ed eventi per rigenerare luoghi e costruire comunità. Il case study riguarda l'azienda Agrosi che si estende per oltre 70 ettari nelle terre fertili, incontaminate e ricche di biodiversità a cavallo tra le province di Ragusa e Siracusa.

RISULTATI



I dati ottenuti sono stati raccolti attraverso interviste dirette, mentre l'analisi dei dati è stata realizzata con analisi SWOT e Business Model Canvas.

CONCLUSIONI

Dall'analisi dell'azienda si evince come la forza e l'unione di una famiglia possano portare a dei grandi risultati, sia a livello economico che a livello interpersonale. Un suggerimento volto al miglioramento potrebbe essere quello di sfruttare una razza caprina autoctona volta alla produzione del latte crudo al fine di avere un'identità più forte dell'azienda e della posizione in cui è locata.

Un altro suggerimento è sicuramente quello di curare l'interior design che si adatta meglio all'impresa come insieme di valori e al prodotto, al fine di colpire i visitatori e migliorare la loro esperienza. "Le persone non comprano prodotti e servizi, ma relazioni, storie e magia".

DESCRIZIONE

Nel cuore dei Monti Iblei, tra le contrade Albaccara e Carbonaro, sorge ALBACARA, azienda a conduzione familiare. In una fertile distesa, Flavia coltiva diversi cereali, utilizzati per la produzione di pasta e farina; produce olio extravergine di oliva ed alleva ed accudisce con amore le sue capre dalle quali ricava latte e formaggi lavorati a crudo e rigorosamente a mano. L'azienda ospita turisti, locali ed esteri, che possono degustare 12 diversi tipi di formaggio. Giovane ed intraprendente, Flavia promuove anche l'attività di Fattoria Didattica, che attraverso il "Viaggio di Ulisse... con Itaca nel cuore", insegna ai bambini il valore della curiosità e dell'esplorazione, senza dimenticare le proprie radici. Tra gli ostacoli maggiori, la mancanza d'acqua potabile che sarà risolta grazie al progetto di un bio-lago, finanziato dai fondi del PSR.



<https://www.youtube.com/watch?v=L14jOZijPtU>

Strenghts

I punti di forza dell'azienda partono dalla famiglia. L'azienda, infatti, è gestita da Flavia e dai suoi fratelli e ognuno partecipa con le proprie competenze, garantendo così la capacità manageriale dell'azienda, la genuinità del prodotto e l'innovazione. È importante soffermarsi un momento sull'innovazione, l'intera azienda infatti è stata costruita secondo i principi della bioedilizia ed è autosufficiente a livello energetico grazie ai pannelli solari.

Opportunities

Le opportunità per l'azienda sono rappresentate dall'esposizione solare, che garantisce la massima efficienza ai suoi pannelli solari. Altra opportunità è rappresentata dalla possibilità da parte dei fratelli di accedere ai bandi del PSR e dai relativi finanziamenti per far crescere la loro azienda.

Weaknesses

Il primo punto di debolezza è costituito dalla scelta della razza allevata, che non essendo autoctona della zona non garantisce unicità all'azienda, la quale potrebbe essere facilmente replicata in una qualsiasi parte d'Italia. Altra debolezza è rappresentata dall'estetica dell'azienda, alcune persone infatti potrebbero non gradire il contrasto tra le moderne strutture dell'azienda e lo splendido paesaggio dei Monti Iblei.

Threats

L'azienda è minacciata in primo luogo dall'assenza di acqua che limita fortemente le possibilità per la coltivazione dei foraggi e l'allevamento caprino. Altra minaccia è rappresentata dalla posizione dell'azienda, la quale è isolata e per raggiungerla è necessario un lungo viaggio. La sua posizione determina inoltre l'assenza di telecomunicazioni, sul territorio aziendale infatti non c'è campo.



"NONNO GIOVANNI" è stato insignito della medaglia d'argento, nella XXV edizione del Biol per il miglior olio extravergine di oliva biologico al mondo

RURALcamp 2021

Sicilia
21-23
LUGLIO

