

RURAL 2021 camp

I FIORI all'occhiello DELL'ETNA

Avanguardia e Sostenibilità gestite con Amore e Passione

Alfano Vincenzo (1), Ariganella Angela (2), Bettoni Martina (3), Bozzi Miriam (3), Cilela Iolanda (2), Cugliari Daniela (2), De Angelis Marika (4), Di Virgilio Filippo (4), Fuoco Mario (2), Spedo Lorenzo (3), Torchia Mara (5)



Introduzione e obiettivi

Il caso aziendale qui descritto è stato analizzato dai ragazzi del primo gruppo che hanno partecipato all'evento Rural4University 2021. L'azienda presentata prende il nome di: "I FIORI DELL'ETNA - Azienda agricola Frasson" situata nel comune di Ramacca in provincia di Catania. L'obiettivo del lavoro è stato quello di analizzare l'azienda per cercare di comprenderne le peculiarità, i punti di forza e di debolezza, le strategie utilizzate per il marketing e tutto ciò che potesse essere da insegnamento per la gestione aziendale. Tutto ciò è stato realizzato seguendo una logica di lavoro di gruppo al fine di sviluppare le capacità di Team Building!

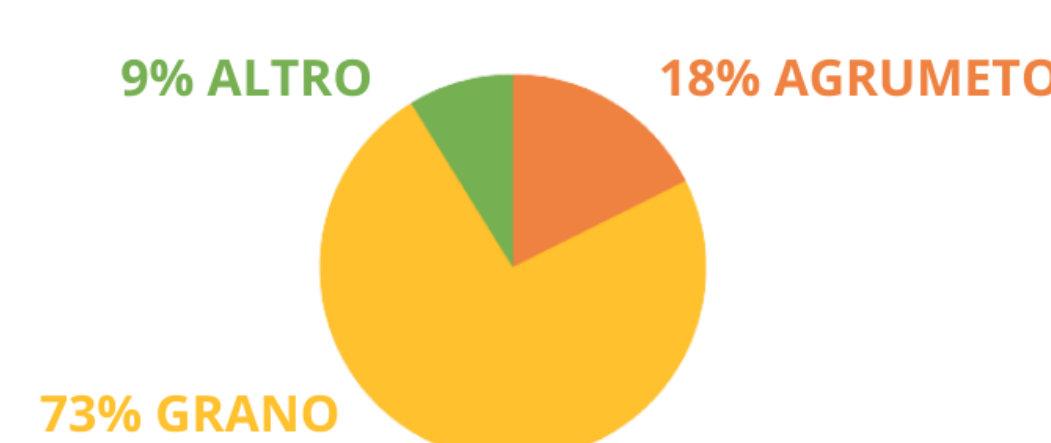


Descrizione

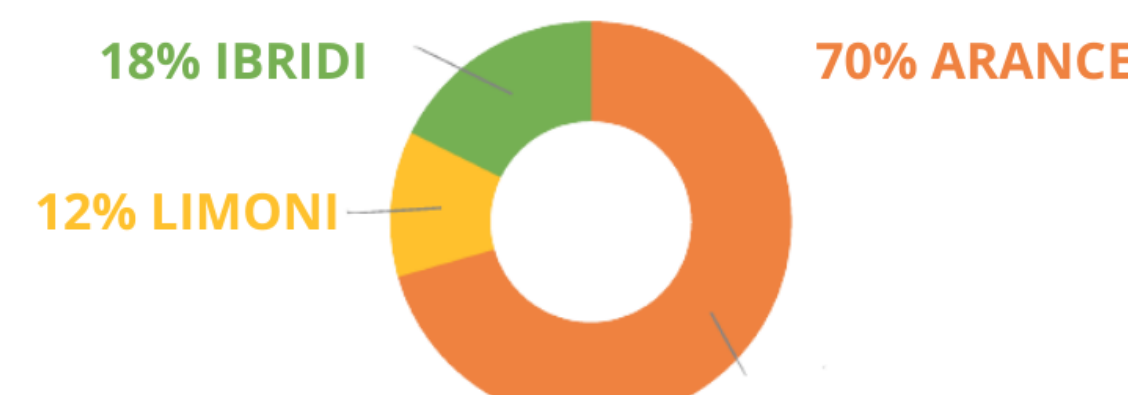
Dal 1955 ad oggi la famiglia Frasson coltiva arance con amore e passione, ma sempre con uno sguardo attento all'innovazione e al futuro gestendo oltre 700 ettari tra seminativi e agrumeti. La produzione è situata ai piedi dell'Etna che conferisce ai prodotti un gusto e un aspetto inconfondibile: come attestato dal marchio IGP. Producono ben 14 varietà di Arance, con tempi di maturazione differenti in grado di garantire una produzione da Dicembre a Maggio e due varietà di Limoni. Curano e rispettano l'ambiente con tecniche di coltivazioni sostenibili, dagli impianti irrigui per ridurre gli sprechi di acqua, ai trattamenti fitosanitari all'avanguardia. Tutti questi dati sono stati ottenuti attraverso un'attenta analisi dell'azienda e con interviste.

Risultati

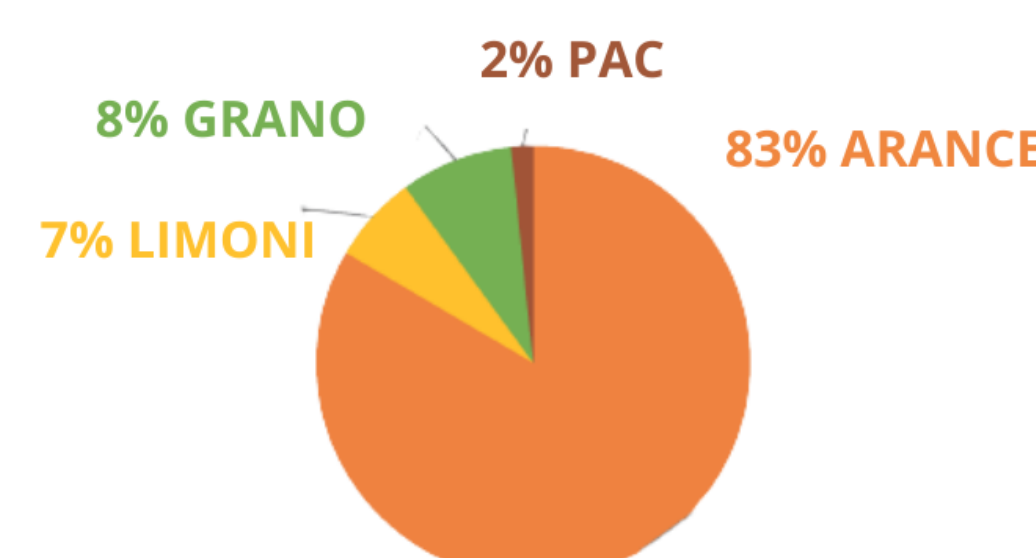
RIPARTIZIONE COLTURE



SUDDIVISIONE AGRUMI



ENTRATE COLTURE PRINCIPALI



Conclusioni

Concludendo l'azienda da noi visitata ruota attorno ai concetti di Innovazione e Avanguardia soprattutto se paragonata ad altre realtà del luogo, e questo non può che rappresentare un punto di forza. Tuttavia pecca nel rapporto diretto con i clienti del luogo che, soprattutto vista la bellezza e la cura con cui mantengono il luogo, potrebbero godere delle visite in azienda. Per questo stesso motivo i canali social sono gestiti con una bassa attenzione, questo va in contrapposizione del sito internet che invece è ben curato.



Università degli studi di Salerno (1), Università Mediterranea di Reggio Calabria (2), Università statale di Milano agraria (3), Università degli Studi del Molise (4), Università Magna Grecia di Catanzaro (5)