

Cibo è agricoltura



Parliamo di

6 Storia e futuro del sistema produttivo. Viaggio attraverso le tipicità del territorio, la storia dei cibi e i modelli innovativi

Punti di vista

27 Il legame tra agricoltura e consumatori: si parla dei progetti Agrichef, Campagna Amica, "Coltiviamo capolavori" e di pesticidi nel piatto

Esperienze

33 Cibo, identità e valorizzazione dei territori raccontati attraverso esperienze di aziende, comunità locali e nuovi approcci tecnologici

RRN MAGAZINE

Rivista della Rete Rurale Nazionale

5

Pianeta PSR e RRN Magazine sono prodotti editoriali della Rete Rurale Nazionale.
RRN Magazine è il quadrimestrale di approfondimento dei temi di interesse della Politica di Sviluppo rurale.
Il progetto è finanziato dal Mipaaf attraverso il FEASR (Fondo Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale) per il periodo 2014-2020.

Direttore Responsabile:

Matteo Tagliapietra

Coordinamento Pianeta PSR e RRN Magazine:

Paolo Ammassari, Paola Gonnelli, Alessandro Monteleone, Milena Verrascina, Paola Lionetti, Vincenzo Carè, Claudio Federici, Federica D'Aprile, Giovanna Maria Ferrari, Andrea Festuccia

RRN Magazine

Numero 5 - 31 ottobre 2018

Redazione:

Milena Verrascina (Responsabile), Barbara Zanetti, Annalisa Del Prete, Antonio Papaleo, Danilo Marandola, Micaela Conterio, Barbara Forcina

Supporto redazionale:

Mario Cariello, Fabiola Fagnani, Laura Guidarelli, Anna Lapoli

Progetto Grafico e impaginazione:

Sofia Mannozi, Roberta Ruberto

Cura del Numero:

Milena Verrascina

Foto:

Archivio CREA o come riportato nella didascalia

I contributi pubblicati sono stati sottoposti a referaggio CREA



Stampato da Tipografia Tiburtini s.r.l.
Via delle Case Rosse, 23, 00131 Roma



Editoriale

4 Mangiare è un atto agricolo

Parliamo di

- 6 Agricoltura e cibo: le relazioni del futuro
- 8 La storia della cucina italiana tra tradizione e creatività
- 10 Valorizzare le tipicità dei territori rurali
- 12 Non chiamiamoli più "minori"
- 14 Produzioni certificate: il made in Italy agroalimentare nel mondo traina l'export e conquista il mondo della ristorazione
- 17 Dieta mediterranea, dieta di integrazione
- 21 Agricoltura, biodiversità e cibo
- 23 L'acqua che mangiamo

Punti di vista

- 27 Agrichef, autenticità ed esperienza contadina
- 28 Campagna Amica, l'agricoltura che tende la mano al consumatore
- 30 "Coltiviamo capolavori": eventi per valorizzare l'agroalimentare italiano
- 31 Dossier Pesticidi nel piatto



Contenuti

Esperienze

- 33 La retroinnovazione di Simenza
- 35 Agricoltura partecipata, identità territoriale e rivitalizzazione rurale: l'esperienza di Castel del Giudice
- 38 I prodotti tipici come "milieu innovateur"
- 42 Dai distretti rurali e agroalimentari di qualità ai distretti del cibo
- 44 Lingua, storia culturale e alimentazione etnolinguistica
- 46 Agrifood e Blockchain
- 48 Il cibo è agricoltura
- 50 Comunità del cibo e della biodiversità: l'esperienza del Pollino e del Lagonegrese per la tutela e la valorizzazione della biodiversità agricola e alimentare
- 53 Cibo, natura e storia: l'esperienza del Bio-Distretto della via Amerina e delle Forre

Intervista

- 55 Siamo ancora il Paese della dieta mediterranea?
- 58 Agricoltore custode racconta...

In Europa/nel Mondo

- 61 India - Food and Culture in South Asia



Saper fare, fare sapere

- 64 La qualità nei nostri piatti: il contributo di ricerca del CREA
- 66 Progetto Terravita: la sostenibilità economica, ambientale e alimentare del cibo
- 68 Le biotecnologie fra tutela ambientale e qualità del cibo
- 70 AlpFoodway: patrimonio cultura dell'umanità
- 72 Rete della Biodiversità in Campania: tra recupero, associazionismo, occupazione e valorizzazione del territorio

What's up

- 74 #annodelciboitaliano

Abstract

- 75 Eating is an agricultural act



Mangiare è un atto agricolo

Milena Verrascina

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

“*Il consumo - mangiare, portare il cibo sulle nostre tavole - è l'atto conclusivo di un processo che può iniziare molto tempo prima, a migliaia di chilometri di distanza, in ambienti diversi e non sempre incontaminati, fare tanti passaggi, logistici e tecnologici che possono incidere sulla qualità, intesa in tutte le sue accezioni*”





“Mangiare è un atto agricolo”. Il titolo del libro manifesto di Wendell Berry del 2015 ha rappresentato uno slogan, semplice e immediato, che sintetizza una nuova visione dell’agricoltura capace di rispettare la terra “produttrice”, gli animali e l’ambiente, richiamando le responsabilità dell’agricoltore verso principi di sostenibilità, ecologia e biologia.

Ma l’aspetto più interessante insito in questo semplicissimo slogan è il richiamo alla consapevolezza. Perché con il tempo, con gli anni della modernizzazione e della globalizzazione si è allargato il divario tra la produzione e il consumo. Perché, per un certo periodo della storia, il consumatore ha smesso di conoscere e di interrogarsi sui processi di produzione che portano sulle nostre tavole ciò di cui ci nutriamo. Il consumo - mangiare, portare il cibo sulle nostre tavole - è l’atto conclusivo di un processo che può iniziare molto tempo prima, a migliaia di chilometri di distanza, in ambienti diversi e non sempre incontaminati, fare tanti passaggi, logistici e tecnologici che possono incidere sulla qualità, intesa in tutte le sue accezioni.

Negli ultimi anni assistiamo ad una inversione di tendenza, registrando, soprattutto nelle economie occidentali - e in Italia in maniera sostenuta - una nuova sensibilità verso tutto ciò che collega, in maniera diretta, il prodotto al consumo. C’è una maggiore informazione da parte dell’offerta indotta da una rinnovata richiesta da parte della domanda, ovvero dei consumatori, accompagnata da numerose norme e regole sulla trasparenza dell’etichettatura, sulla sicurezza alimentare, sugli aspetti salutistici e nutrizionali del cibo, con una grande attenzione verso prodotti frutto della riscoperta delle tradizioni passate.

Il rinnovato interesse del legame tra prodotto e con-

sumo trova diverse declinazioni cui afferiscono nuovi modelli di mercato, nuovi modelli culturali e relazionali, nuovi modelli economici. In molti casi la riscoperta del legame tra prodotti e territorio rappresenta un fattore chiave: i prodotti tipici, un tempo considerati negletti, tornano ad essere centrali in piccole economie rurali dove rappresentano un veicolo di conoscenza del territorio attivando circuiti turistici per appassionati e visitatori; la riscoperta dell’agrobiodiversità e dei sistemi agricoli tradizionali creati dall’uomo e sedimentati nel tempo, elementi che hanno rappresentato il substrato per la nascita delle culture e delle identità locali; la ricerca del rapporto diretto tra agricoltori e consumatori, con la crescita di forme di vendita diretta, mercati contadini, filiere corte, gruppi di acquisto, creando relazioni di fiducia dirette e non mediate; la crescita di produzioni a denominazione, che si fregiano di marchi europei o utilizzano marchi di riconoscimento o commerciali che ne attestino tradizionalità, tipicità e qualità.

Il numero di RRN Magazine che presentiamo cerca di fare il punto su questa rinnovata attenzione verso il legame tra tavola e produzione, raccontando le principali trasformazioni degli ultimi tempi, le opportunità per l’agroalimentare tipico e alcune delle numerose esperienze di rivitalizzazione, recupero, valorizzazione di prodotti tradizionali ed economie rurali. Il patrimonio agroalimentare italiano rimane una delle maggiori leve per lo sviluppo della nostra economia, della nostra società e dei nostri territori rurali, con potenzialità ancora non completamente espresse. Accanto a questo bisogna considerare la forza che può esercitare una crescente consapevolezza del consumatore nelle scelte alimentari e l’incidenza che esse possono avere su ambiente ed economia.



NEL PROSSIMO NUMERO SI PARLERÀ DI “INNOVAZIONE”

Parliamo di

AGRICOLTURA E CIBO: LE RELAZIONI DEL FUTURO



Carlo Hausmann
Direttore generale Agrocamera

Consumi, qualità, innovazione, produzioni di prossimità

L'evoluzione del sistema agroalimentare è molto più rapida di quanto possiamo percepire. Interi comparti sembrano destinati ad un celere declino, altri crescono in modo altrettanto veloce, sotto gli effetti evidenti di un complesso di fattori difficilmente controllabili.

Come sarà la nostra agricoltura nel prossimo decennio? Come possiamo immaginare lo sviluppo del sistema produttivo di fronte a una società che si modifica continuamente e di cui l'agricoltura è al servizio? Ci troviamo ormai da diversi anni in un mercato realmente globale, in cui i flussi di fornitura sono in larga parte internazionali. I prezzi, la logistica, le dimensioni degli stock determinano il successo o l'insuccesso di interi settori produttivi.

La distribuzione, e l'industria alimentare, per sostenere i profitti, tendono a proporre sul mercato prodotti alimentari che sono sempre più sganciati dall'origine locale dei prodotti. Tutto questo investe non solo le commodities, ma anche tutta quella gamma di

alimenti che sono parte della nostra grande cultura alimentare. Stiamo vivendo un grande effetto di sostituzione, senza che il consumatore ne sia adeguatamente informato.

È molto importante cercare di capire chi sarà il consumatore di domani, quale sarà la struttura del mercato del prossimo decennio, ed in questo ambito quali saranno gli stili di acquisto dei cittadini, cosa comprenderanno e perché.

Secondo il parere di alcuni grandi analisti sarà ancora una volta la grande industria alimentare mondiale che li orienterà, altri invece descrivono uno scenario meno nitido, ritenendo che il comportamento del consumatore sia influenzato da un complesso di fattori difficilmente descrivibili, quantificabili, prevedibili e soprattutto in continuo movimento.

Questa "liquidità" del comportamento è già sotto i nostri occhi, ma all'interno di questa trasformazione continua possiamo cogliere dei segnali precisi: interi comparti, come il latte ed i cereali, stanno subendo

dei ridimensionamenti drastici in conseguenza di abitudini di acquisto che mutano con molta rapidità. Da un consumo quotidiano molto solido si sta rapidamente passando ad un consumo saltuario, se non occasionale, con un rapidissimo ingresso di prodotti "di sostituzione".

Non esistono comunque previsioni univoche su come si comporterà il consumatore occidentale di domani, ma si può ritenere che le tendenze saranno incentrate su:

- Economicità, facilità di reperimento
- Naturalità, sicurezza, "pulizia"
- Sostenibilità, eticità
- Eccellenza gustativa, tipicità
- Semplicità e prontezza d'uso
- Adeguatezza a diete speciali (es. tutti i prodotti "senza" glutine, lattosio, proteine animali, ecc.)

L'ampiezza e la profondità di questa pressione selettiva dei consumatori sulla gamma alimentare è però tutta da studiare. Un grande ruolo di influenza è ovviamente giocato in questo ambito dalle strutture di distribuzione, che mantengono un contatto costante con il consumatore, ma non bisogna sottovalutare l'azione dei media, della divulgazione medica e delle campagne pubbliche di prevenzione per la salute, e, più in generale, del progressivo cosmopolitismo delle società che porta ad una sempre più marcata sovrapposizione e integrazione degli stili alimentari.

Sarà quindi molto importante cogliere con congruo anticipo i segnali di questa evoluzione, per capire come il nostro sistema agroalimentare possa prepararsi a competere in questo scenario che è già oggi fortemente globalizzato.

Questo mercato globale in rapida evoluzione è il campo di confronto per il grande processo di innovazione che il settore agro-alimentare è chiamato ad adottare, sia a livello della produzione, sia in relazione a tutta la filiera produttiva.

A livello della produzione tutto il nostro Paese sta guardando con molta attenzione all'agricoltura di precisione come strumento per realizzare economie, accrescere la sostenibilità, migliorare la qualità delle produzioni. Questo è certamente vero, i sistemi di precisione sono efficienti e già disponibili e distribuiti in fase commerciale, ma non bisogna dimenticare che i sistemi proposti sul mercato sono adatti ad imprese di grandi dimensioni, di livello europeo, e scarsamente applicabili ad una maglia produttiva polverizzata come la nostra. È quindi necessario studiare la possibilità che i sistemi innovativi, capaci di guidare le principali operazioni colturali (come semina, fertilizzazione, lotta fitosanitaria, calendari di raccolta, gestione della stalla e della fertilità animale), possano essere applicati in modo semplice ed efficace anche a livello collettivo, a comunità di piccole imprese che

condividono le medesime esigenze. Ciò che non si è riusciti a fare con la meccanizzazione - le esperienze di consorzi collettivi di meccanizzazione sono veramente molto limitate - si deve riuscire a fare con le tecniche avanzate di management della gestione aziendale, come ad esempio riunendo insieme le reti di rilevazione agroclimatica regionali, con le strutture di monitoraggio delle imprese, approfittando del forte ribasso dei costi della sensoristica e sfruttando le grandi opportunità, a costi assolutamente contenuti, del web ed in particolare del cloud.

Un secondo campo di intervento dell'innovazione è certamente costituito dal miglioramento genetico e più in generale dell'applicazione della ricerca genetica all'agricoltura ed alla zootecnia. Tutto è interconnesso, la ricerca di cultivar adatte al metodo di coltivazione biologica, ma anche al risparmio d'acqua e con particolari caratteristiche di resistenza alle fitopatie, è un imperativo categorico per il nostro futuro. Fino ad oggi le innovazioni si sono concentrate soprattutto nel campo della meccanica e dell'automazione. Oggi dobbiamo guardare all'innovazione come un campo molto più ampio, che includa anche i modelli organizzativi e gestionali, aumenti il monitoraggio, consenta risparmi nell'impiego di mezzi tecnici e garantisca economicità e qualità.

Nella riflessione dedicata al futuro delle nostre produzioni non bisogna infine dimenticare il grande tema del livello di garanzia. Questa è certamente una condizione sempre più necessaria per l'accesso al mercato. Tutta la grande distribuzione compra prodotti accompagnati da standard scelti dal cliente e ai quali il produttore deve sottostare a proprie spese, accollandosi l'onere della verifica della qualità delle proprie produzioni.

Da questo primo gradino non si può prescindere. Ma per potersi inserire nel grande mercato internazionale, che guarda con sempre maggiore interesse al prodotto italiano di qualità, è assolutamente fondamentale mettere in atto politiche di marchio che integrino tra loro l'origine geografica del prodotto, la qualità sensoriale (cioè il gusto), l'esaltazione delle specifiche territoriali, e la qualità nutrizionale.

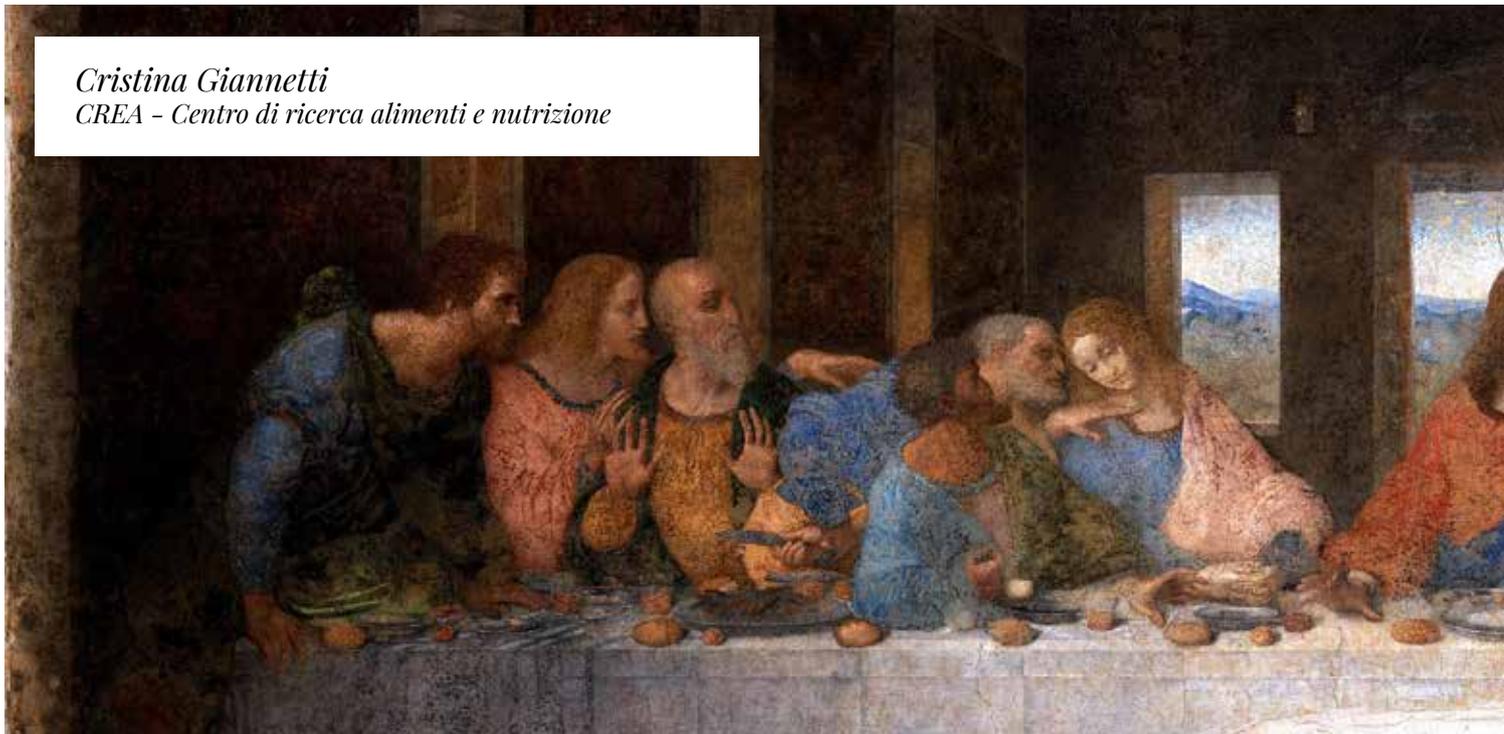
Queste sono di fatto le quattro direttrici che fabbricheranno il successo futuro dei nostri prodotti nel mercato; tutte e quattro sono importanti, e non devono essere trascurate.

E questa strategia non deve essere applicata solo ai grandi sistemi alimentari, ma deve interessare sempre di più anche il livello di garanzia dei sistemi di prossimità, cioè i piccoli bacini di produzione a ridosso delle aree di consumo. Le esigenze dei consumatori in termini di qualità globale sono le stesse anche negli acquisti in filiera corta, per questo devono essere rispettate in modo scrupoloso. Questo è probabilmente il campo in cui i sistemi locali sono chiamati a fare il percorso di crescita più importante.

LA STORIA DELLA CUCINA ITALIANA TRA TRADIZIONE E CREATIVITÀ

Cristina Giannetti

CREA - Centro di ricerca alimenti e nutrizione



Probabilmente nient'altro definisce e racconta la nostra italianità come il nostro cibo. Una identità che riflette nel bene e nel male la nostra storia millenaria, dall'impero romano ai fasti rinascimentali, dalla frammentazione nelle tante realtà regionali al susseguirsi di dominazioni straniere. Una cultura alimentare, insomma, che si è sedimentata per secoli sullo scambio tra città e campagna, tra aree geografiche vicine e tra ricchi e poveri; sulla differenza tra nord e sud, tra regioni e addirittura tra campanili; sulla valorizzazione e sull'assimilazione di stimoli esterni (arabi, francesi, spagnoli, americani, austriaci), ma che affonda saldamente le sue radici nel territorio.

Tante tradizioni locali, dunque, diversissime tra loro, accomunate però dalla fame, nemico da sconfiggere ogni giorno, spettro che accompagna silenzioso la vita delle nostre campagne (e non solo di quelle) fino a pochi decenni fa, rendendo il cibo, prezioso – se non sacro – e le occasioni in cui si consuma una festa – se non un rito – da celebrare e condividere rigorosamente insieme. Ed è stata proprio la difficoltà di mettere insieme il pranzo con la cena a far aguzzare l'ingegno ai nostri antenati, spingendoli a creare prelibatezze con tutto ciò che il territorio offriva, scarti

compresi. Basti pensare, per esempio, ad alcune pratiche culinarie ricorrenti che si ritrovano lungo tutto il Bel Paese, come per esempio il ricorso alle frittiture (geniale artificio nell'era ante frigorifero per mascherare con gusto una materia prima non freschissima o magari non di prima scelta), il recupero creativo degli avanzi o l'utilizzo del quinto quarto (gli altri tagli erano appannaggio dei ricchi) o del pesce di scarto o a buon mercato, per ricette popolari che oggi deliziano il palato dei gourmet, dalla coda alla vaccinara alla zuppa di pesce alla bagna cauda. E da queste premesse nasce anche il tanto apprezzato cibo di strada. E ancora, dalla fame e dalla fantasia delle classi meno abbienti nascono quelle ricette "senza" come la pasta ammuddicata o il finto ragù o la finta genovese che replicavano con ingredienti poveri piatti da ricchi, magari cucinati da quei cuochi francesi che lavoravano a partire dal '700 presso le famiglie più facoltose, soprattutto al Sud, contesi come rockstar e sfoggiati come esclusivi status symbol. Proprio a loro, ai mon-sù – così venivano chiamati, storpiando il francese monsieur – dobbiamo creazioni come il ragù, il gateau di patate, il crochè, entrate ormai a far parte del nostro patrimonio gastronomico. Una menzione a

#AGRICOLTURANELPIATTO

parte merita il sartù inventato appositamente per far apprezzare il riso, considerato dai nobili napoletani un cibo povero e poco saporito.

Quello che fin dal Medioevo, oltre le differenze regionali, ha accomunato la nostra cucina è la propensione alla pasta: dalle lasagne dei romani ai vermicelli essiccati degli arabi, che – grazie alla loro facilità di conservazione e trasporto si diffondono rapidamente – dando il via ai primi pastifici. Senza dimenticare la pasta ripiena (ravioli e tortelli) e le torte di pasta dura, golosi format da declinare e farcire a seconda

perché non tutti leggono, mentre tutti al contrario mangiano”. Ma la strada da fare è ancora lunga e tutta in salita ... anzi in discesa purtroppo... perché è nelle trincee della prima guerra mondiale che ragazzi da tutta Italia si trovano insieme, nonostante i differenti dialetti, e il cibo diventa la lingua universale. Scambiare ricette e assaggiare ove possibile piatti diversi non è solo il modo di avvicinarsi a casa con il pensiero e il palato e di superare per pochi istanti le brutture di una guerra senza fine, ma è anche un tassello fondamentale nella costruzione di quell'identità



delle tipicità del proprio territorio, (con uova a Milano, senza a Bologna; con olio a Genova, con burro e olio a Bologna e a Milano; verdure o carne) o di quello che si ha in casa. A Napoli, per esempio, questo tipo di torta è aperta anziché chiusa e non a caso viene chiamata “pizza” e può essere considerata la progenitrice del cibo italiano forse più conosciuto al mondo. Queste preparazioni ci portano direttamente a un altro “piatto forte” della nostra tradizione alimentare: i piatti unici. Da nord a sud è un trionfo: dalle torte sopracitate alle varie forme di tiella – da quella barese a quella di Gaeta – fino alle paste con i legumi.

Ed è con questa complessità di tradizioni territoriali, con questa ricchezza di ricette, con questa abbondanza di prodotti agroalimentari che avrà a che fare Pellegrino Artusi, quando nel 1891, pubblica *La Scienza in cucina e l'Arte di mangiar bene*. È molto più che un libro: è la nascita della cucina italiana, seppure intesa come la somma nazionale delle sue differenze regionali. È un'operazione culturale che, come afferma lo studioso Piero Camporesi “ha fatto per l'unificazione nazionale più di quanto non siano riusciti a fare i Promessi Sposi... ciò si capisce, anche

nazionale vagheggiata fin da Massimo d'Azeglio subito dopo l'unità. Sebbene fioriscano rubriche specializzate sui giornali e si pubblicino libri, il Paese ha fame e nei suoi consumi quotidiani resta lontanissimo dalle ricette sulle carta, soprattutto in campagna. E, seppure con intensità diverse (drammatiche durante la seconda guerra mondiale), si continuerà a non mangiare fino al boom economico, in cui gli italiani riempiranno pance, credenze e frigoriferi nuovi di zecca con prodotti confezionati e tanta carne, burro e latte per esorcizzare quella fame atavica che si portano dietro da secoli, ignari degli studi di Ancel Keys sulla dieta mediterranea. In quegli anni, però, grazie all'emigrazione nelle fabbriche del Nord, prodotti e ricette circolano nuovamente. Bisognerà aspettare gli anni '80 e gli scandali alimentari (metanolo e mucca pazza) perché nuove generazioni di imprenditori agricoli e agroalimentari, di cuochi, di intellettuali e di politici riscoprano gradualmente qualità, salubrità e naturalità del nostro agroalimentare, valorizzando quel territorio che per generazioni aveva significato solo miseria, con un approccio moderno, in grado di coniugare tradizione e innovazione, un processo culminato con Expo 2015. Ma la storia continua.

Valorizzare le tipicità dei territori rurali

Ernesto Di Renzo
Università di Roma Tor Vergata



In un contesto macroeconomico internazionale in cui le pratiche di approvvigionamento, distribuzione e consumo del cibo sono completamente asservite al principio della massima redditività, è necessario pensare a modalità alternative di gestione delle risorse agroalimentari capaci di arginare le derive monopolistiche e depauperative dei grandi players della food industry. Derive che vedono penalizzati i territori agrari, le diversità culturali, i metodi agronomici tradizionali, le indigenos knowledge, le comunità contadine di base e l'insieme delle reti sociali che fanno da sfondo ai sistemi produttivi locali dei quali si ravvisa un'improrogabile azione di salvaguardia.

La questione, si capisce, non è di facile attuazione. Anche perché, al di là di sbrigative e dogmatiche valutazioni etiche volte a mettere sul banco degli im-

putati le tecniche estensive di produzione, i fertilizzanti chimici, gli organismi geneticamente modificati, la grande distribuzione organizzata o lo stesso Golia della globalizzazione, si comprende benissimo che non è immaginabile gestire le questioni alimentari di una popolazione mondiale attestata attorno ai sette miliardi e mezzo di persone con il piccolo e semplice armamentario dell'eroico Davide.

Ciò non significa, tuttavia, che quanto è valutabile in termini di piccolo e (all'apparenza) semplice non debba essere preso in debita considerazione. Né che non si possano ricercare, perseguire e replicare modalità di sviluppo del settore agroalimentare che siano integrative o complementari delle economie di scala e delle logiche del profitto capitalistico. Nel campo delle attività produttive primarie questa

alternatività/integratività ai modelli oligopolici dominanti è pensabile, e certamente attuabile, nei quadri delle cosiddette Economie della tipicità.

Concepite come un effetto collaterale della postmodernità – paradigma ideologico che segna il ripensamento critico del progetto modernista di invertere le aspettative di felicità dell'uomo attraverso gli strumenti della razionalità, della tecnologia e della scienza – le Economie della tipicità sono modelli produttivi bottom up di prossimità geografica, a basso impatto ambientale, conservativi dei saperi tradizionali e valorizzativi di luoghi, dotazioni o eventi dai tratti unici ed esclusivi. La loro caratteristica connotativa è quella di strutturarsi attorno al concetto di prodotto tipico di cui perseguono obiettivi pratici di promozione e di commodificazione. Beneficiando, con indiscussa portata comunicativa, dell'intero set di valori intrinseci che la nozione di tipicità è in grado di evocare nell'immaginario di chi ne ricerca il consumo: consustanzialità con il *genius loci*, radicamento profondo con la storia e l'identità comunitaria, non esportabilità o non completa fruibilità dell'esperienza in contesti estranei ai luoghi di produzione.

Così estensivamente pensate, le Economie della tipicità consentono di (ri)guadagnare allo stock di capitale territoriale molto più di quanto non si reputi in termini di risorse da destinare al mercato dei consumi individuali e collettivi.

Tali Economie, infatti, oltre a comprendere tutto ciò che la legislazione nazionale e internazionale riconosce in termini di beni culturali e naturali (emergenze artistiche e architettoniche, aree archeologiche e faunistiche, parchi e riserve) includono anche risorse e prodotti "non convenzionali" ma dall'appeal nient'affatto irrilevante:

- le fioriture vegetali stagionali (narcisi, lenticchie, ginestre, ciliegi, crochi)
- le ricorrenze del calendario liturgico-agrario (feste patronali, presepi viventi, cortei storici, pellegrinaggi, fiere e mercatini)
- le danze e le sonorità della cultura folklorica (pizzica, tammuriata, tarantella, argia)
- i momenti della socialità comunitaria (vendemmia, preparazione della salsa, transumanza)
- le produzioni e le expertises dell'artigianato (tesuti, utensili, vasellame, mobilio)
- le conoscenze empiriche e gli usi funzionali delle piante spontanee (tarassaco, gramigna, grespino, aspraggine, pungitopo, rosa canina, prugnolo)
- le biodiversità e le specie agronomiche dismesse (solina, roveja, cicerchia, passerina)
- le pratiche del riuso alimentare incluse nei ricettari domestici (acquacotta, virtù, pizza e mnestra, pan perdu, quinto quarto, sbroschia, bazzoffia)
- i luoghi e le forme del vivere *more antiquo* (borghi, agriturismi, masserie, bagli, masi).

In una parola: la ruralità.

Questa, laddove integralmente accolta nei significati che l'accezione latina *rus* (-*uris*) le attribuisce, può costituire la cifra reale di un agire efficace entro cui dirigere le scelte progettuali, l'azione partecipativa e gli investimenti finanziari atti a perseguire obiettivi di sviluppo territoriale.

Tali obiettivi devono far sì che i luoghi della ruralità diventino uno "spazio del diritto" che li faccia emergere dall'arretratezza, dal sottosviluppo e dalla mancanza di opportunità con cui sono stati finora vissuti e immaginati, soprattutto dalle giovani generazioni. Ma nello stesso tempo devono far sì che gli stessi luoghi diventino dei laboratori di proposte in grado di avvantaggiarsi della domanda crescente di neo-ruralità e di neo-folklore proveniente dal mondo dei ceti urbani e dei distretti industrializzati.

Occorre cioè pensare alla ruralità come al fattore propulsivo di un nuovo umanesimo delle campagne dove tradizione, autenticità, sostenibilità e recupero identitario delle appartenenze costituiscono gli elementi cardine di pratiche valorizzative che, pur mirando alla patrimonializzazione e alla costruzione dell'heritage, non escludono una possibilità di commodificazione delle tipicità.

In sintesi. Creativamente pensate e normativamente sostenute a livello di istituzioni intermedie e centrali, le Economie della tipicità non solo consentono di rendere fruibili forme tradizionali del vivere che la sensibilità postmoderna elegge a oggetto di esperienza (turistica, escursionistica, gastronomica), ma costituiscono anche una validissima risorsa attraverso cui le asfittiche realtà locali possono perseguire obiettivi di rilancio territoriale. Rappresentano, inoltre, forme di resilienza culturale capaci di stimolare fenomeni di "restanza" umana utili ad arginare l'inarrestabile erosione demografica che, a ritmi vieppiù crescenti, bersaglia le aree più periferiche e marginali della Penisola. Mezzogiorno in primis.

Tuttavia, affinché le Economie della tipicità e le pratiche di patrimonializzazione dei sistemi agroalimentari territoriali possano costituire una concreta azione valorizzativa del mondo rurale, occorre che si abbia la capacità di operare su piani d'intervento differenziati e che si abbia l'ardire di ampliare gli orizzonti dell'azione oltre i perimetri delle specializzazioni disciplinari rivendicate da agronomi, sociologi, economisti, geografi, antropologi, folkloristi.

Tutto il resto lo mette la sensibilità contemporanea. Una sensibilità che nel perimetro semantico del termine tipicità (inclusente i concetti di tradizione, terroir, nostalgia da tavolino, retro-utopie, sindrome dell'età dell'oro, appaesamento) proietta una parte rilevante dei suoi bisogni autorealizzativi e una componente non eludibile delle attese di futuro.

Non chiamiamoli più “minori”

Vincenzo Fucilli
Università degli Studi di Bari

Il recupero e la valorizzazione della biodiversità agricola e in particolare dei vitigni autoctoni, come è noto, si basa su considerazioni di ordine etico (garantire la conservazione del germoplasma) e socio economico (recupero delle tradizioni, dell'identità, del valore aggiunto).

Alcuni dei vitigni cosiddetti “minori” così come quelli in via di scomparsa definitiva si prestano a nuove produzioni enologiche, che arricchiscono la gamma dell'offerta e assicurano, attraverso la collocazione su specifici mercati, una sicura remuneratività. Il germoplasma viticolo autoctono, infatti, per definizione, costituisce un vantaggio competitivo, a patto che se ne sappia conservare anche la sua intrinseca ricchezza che risiede nel significato etimologico della parola autoctono¹: stesso e terra.

La storia che si vuole raccontare per dimostrare quanto affermato è quella del Minutolo, varietà aromatica tipica della Valle d'Itria che in pochi anni, grazie all'eccezionale lavoro svolto dai ricercatori di diverse istituzioni² ed all'impegno di produttori, cantine ed enologi rappresenta un caso emblematico di successo, per cui, per favore, evitiamo di chiamarli vitigni “minori”.

Il Minutolo è coltivato da tempo remoto nella Valle d'Itria (area che comprende tre province Bari, Brindisi e Taranto), dove però era conosciuto come Fiano, Fianello della Valle d'Itria, Moscatellina o Fiano aromatico o pugliese per distinguerlo da quello “maggiore”, il Fiano bianco o di Avellino.

Questa storia inizia proprio con il percorso che ha portato come “frutto” l'iscrizione del Minutolo al registro nazionale delle varietà di vite; registro da cui inoltre si evince che: “Per troppo tempo l'omonimia tra Minutolo e Fiano bianco, erroneamente riportata anche in documenti ufficiali (come i disciplinari DOC/IGT, lo Schedario viticolo Nazionale, etc.), ha creato enorme confusione”³.

Le attività di recupero e selezione hanno interessato numerose aziende pugliesi e campane ubicate negli areali di coltivazione dei vitigni. Le 60 accessioni di Minutolo, insieme a quelle di Fiano, sono state moltiplicate, conservate e risanate nei campi collezione

del germoplasma viticolo del CRSFA “Basile Caramia” a Locorotondo. Attraverso le necessarie osservazioni ed elaborazioni dei dati di valutazione varietale prescritte dalla normativa di riferimento è stata dimostrata la sostanziale diversità tra le due varietà sino ad allora confuse (confermate da quelle genetiche) ed è stata redatta la scheda di registrazione del vitigno Minutolo e quella di omologazione. Il Minutolo, infatti, ha una foglia lobata ed incisa, grappolo piramidale, alato, mediamente spargolo, di forma conica con acino sferico, medio grande con buccia consistente, buona acidità/grado zuccherino ed intenso aroma di moscato⁴. Ad oggi sono, pertanto, iscritti al registro due cloni di Minutolo (D.M. 22 aprile 2011 G.U. n. 170 del 23/07/2011).

Finalmente il Minutolo acquisisce una propria identità ed unicità consentendo agli operatori enologici e commerciali di poter operare al meglio per valorizzare un vitigno fino a quel momento poco coltivato. I due cloni (Minutolo CRSA - Regione Puglia B7 e B11) sono differenti dal punto di vista produttivo e tecnologico: il primo è meno fertile e meno produttivo, ma qualitativamente molto valido; Il c.c. B11, più simile allo standard varietale, presenta maggiore produttività, acidità più elevata ed un aroma con note fruttate più tenui e note erbacee più consistenti. Il lavoro condotto presso il CRSFA non si è fermato solo alla vigna, ma è proseguito anche in cantina (sperimentale) dove sono state evidenziate le enormi potenzialità enologiche del Minutolo, che si presta alla preparazione di vini bianchi secchi o abboccati, vini spumanti, vini passiti e distillati. Il vino è di colore giallo paglierino, con venature dorate, con elevata intensità olfattiva, abbastanza persistente. Le note olfattive prevalenti sono quelle fruttate di albicocca e pesca, aromi floreali. È secco e rotondo, con un'alta presenza di componenti aromatiche, gusto persistente ed equilibrato, di media alcolicità e acidità.

I dati ufficiali sul successo commerciale della varietà ritrovata, che riportiamo nella tabella seguente, ci raccontano di una domanda che testimonia l'attenzione degli operatori del settore.



Tab.1 – Produzione vivaistica di barbatelle innestate

Anno	Standard	Certificato	Base	Iniziale *
2017	15.520	10.870	-	-
2016	30.467	17.570	571	-
2015	28.450	13.000	739	-
2014	23.276	26.300	600	-
2013	5.600	21.000	95	-
2012			980	

FONTE: CATALOGOVITI.POLITICHEAGRICOLE.IT

La crescita costante delle superfici coltivate a Minutolo, i prezzi delle uve che ben remunerano l'impegno dei produttori rispetto al prezzo delle altre uve bianche regionali, i numeri crescenti di etichette (soprattutto vini IGT monovarietali) compresi i vini spumante e dolci sono tutti segnali incontrovertibili del fatto che il Minutolo non è più un vitigno "minore". Si pongono all'attenzione del lettore, inoltre, le numerose menzioni, rassegne e concorsi enologi-

ci nazionali internazionali (Vitaly, ecc.) nell'ambito dei quali si apprezza il lavoro delle cantine e degli enologi. Il percorso di valorizzazione e di successo, anche internazionale, è oramai più che avviato. Esso rappresenta un caso di indubbio successo del lavoro di un gruppo di ricercatori, di produttori e di persone attente alla relazione tra vitigno e territorio, tra vino e cultura, tra cibi e tradizione.

L'auspicio è che questo percorso di crescita possa essere di esempio per altri vitigni oggi ancora "minori" come quelli recuperati grazie ai progetti sulla conservazione (e valorizzazione) della biodiversità vegetale agricola finanziate dai Programmi di Sviluppo Rurale della Regione Puglia e di altre regioni italiane. Una considerazione infine per porre le basi di un confronto che ponga al centro dell'attenzione ancora una volta il significato di vitigno "autoctono". Vi è un rischio che bisogna cercare di contenere, ovvero che proprio sull'onda del successo di queste varietà si possa assistere a fenomeni di diffusione della coltura che possono andare ben al di là dei limiti che il significato etimologico deve porre loro.

1 *autoctono agg. e s. m. [dal lat. tardo *autochthon* -ōnis, gr. αὐτόχθων -ovos, comp. di αὐτός «stesso» e χθών «terra»].* Tratto da <http://www.treccani.it/vocabolario/autoctono/>, accesso del 21/06/2018.

2 Il Centro di Ricerca, Sperimentazione e Formazione in Agricoltura "Basile Caramia", L'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, l'Istituto di Virologia vegetale del CNR di Bari.

3 Tratto da <http://catalogoviti.politicheagricole.it/scheda.php?codice=455>, accesso del 21/06/2018.

4 Un sentito ringraziamento a P. La Notte (CNR), V. Savino (UNIBA) e ai ricercatori del CRSFA "Basile Caramia".

Produzioni certificate: il made in Italy agroalimentare nel mondo traina l'export e conquista il mondo della ristorazione

Matteo Tagliapietra
Ismea - Rete Rurale Nazionale

Un valore alla produzione vicino ai 15 miliardi di euro, con una crescita del 6% su base annua e un peso dell'11% sul fatturato totale dell'industria agroalimentare nazionale, capace di generare un export da 8,4 miliardi (oltre un quinto dell'intero comparto). Quelli del Rapporto Qualivita-ISMEA sulle produzioni certificate, presentato nel 2018, sono numeri che lasciano pochi dubbi sul ruolo che il settore, forte di 818 prodotti tra Food e Wine, riveste all'interno del comparto. Le produzioni certificate dimostrano una forte capacità di traino per le altre produzioni, soprattutto nell'ottica dell'esportazione.

La crescita del settore sta intervenendo, certifica l'analisi Qualivita-ISMEA, anche nel rapporto fra sistema delle DOP IGP e industria alimentare, la quale mostra un interesse crescente verso produzioni capaci di attirare segmenti di consumatori sempre più ampi e di imporsi sul mercato con prezzi premium.

Lo testimonia certamente il forte investimento fatto dalla Grande distribuzione su linee dedicate ai prodotti certificati, ma anche la continua espansione della presenza di questi prodotti nell'Horeca, sempre più propenso a valorizzare la presenza di DOP e IGP nella propria offerta. A questo si va ad aggiungere la scelta di alcuni grandi brand del settore alimentare di stringere accordi con le produzioni certificate per poter offrire ai consumatori la scelta di materie prime italiane di qualità (certificata).

Si tratta senza dubbio di una grande opportunità di crescita per il settore che deve però essere gestita in maniera attenta per evitare il rischio di una "banalizzazione del valore", così come, si sottolinea nel rapporto, è fondamentale gestire una comunicazione adeguata che guidi il consumatore nel distinguere chiaramente il prodotto a IG nelle sue varie forme presenti sul mercato

I numeri delle produzioni certificate

Alla fine dell'anno 2017 si contano complessivamente 3.005 prodotti DOP IGP STG nei Paesi UE ed Extra UE, di cui 1.419 prodotti Food (47%) e 1.586 prodotti Wine (53%). Nel corso del 2017 sono stati registrati complessivamente 46 nuovi prodotti, 39 del comparto Food e 7 del comparto dei Vini.

L'Italia con i suoi 818 prodotti (264 consorzi e 70 organismi di controllo) è il Paese con il maggior numero di filiere DOP IGP al mondo e nel corso del 2017, ha registrato 4 nuove denominazioni: l'olio e.v.o. Marche IGP (Marche), i Vitelloni Piemontesi della Coscia IGP (Piemonte e Liguria) appartenenti alla categoria delle carni fresche, il formaggio Ossolano DOP (Piemonte) e fra gli ortofrutticicoli la Lenticchia di Altamura IGP (Puglia, Basilicata).

Per quanto riguarda il comparto "Food", l'Italia raggiunge i 6,6 mld di euro di valore alla produzione (+3,3% rispetto all'anno precedente) e 13,6 al consu-



mo (+3%), l'export tocca i 3,4 mld (+4,4%).

Se si considera l'intervallo temporale degli ultimi dieci anni (2006-2016) il comparto ha seguito un trend in costante crescita per tutti i parametri economici analizzati con tassi di incremento molto elevati sia per valore alla produzione (+47%) che per valore al consumo (+64%) e con risultati eccellenti per valore all'export (+262%).

Per il "Wine", invece, la produzione si attesta su 3 mld di bottiglie (+5,4%) con un valore alla produzione di 8,2 mld (+7,8%) e un export vicino ai 5 mld (4,97 mld +6,2%). Risultati ottenuti grazie a una superficie iscritta pari a 509mila ettari e una produzione che arriva intorno al 50% del vino totale prodotto in Italia (25 milioni di ettolitri, di cui 22,5 milioni imbottigliati).

Il territorio

Le produzioni certificate sono presenti in maniera capillare sul territorio nazionale e rivestono un ruolo sempre più importante, pur con rilevanti differenze nelle diverse aree del Paese. L'impatto del sistema risulta infatti concentrato geograficamente, con le prime aree del Nord-Est in cui si trova la maggioranza dei distretti più rilevanti economicamente (58% valore Food, 56% valore Wine), ma non sono pochi i territori che hanno beneficiato della forte crescita relativa delle proprie filiere di riferimento. Produzioni più piccole, che esprimendo al massimo il proprio po-

tenziale, riescono a trainare il settore agroalimentare di qualità da nord a sud del Paese. Le prime quattro regioni coprono oltre il 70% del valore nazionale (per i comparti Food e Wine) e nelle regioni del Nord-Est si concentra la maggioranza dei distretti più rilevanti economicamente.

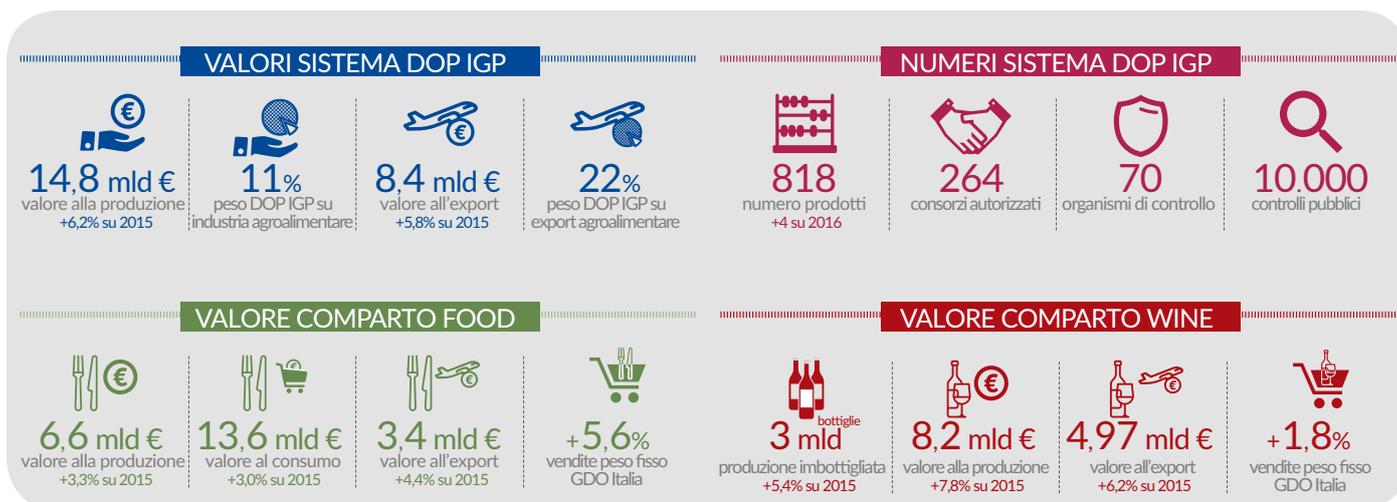
Andando ad analizzare il quadro del ritorno economico generato dalle produzioni certificate, nel comparto "Food" emergono i risultati dell'Emilia Roma-

“ *L'Italia con i suoi 818 prodotti (264 consorzi e 70 organismi di controllo) è il Paese con il maggior numero di filiere DOP IGP al mondo*

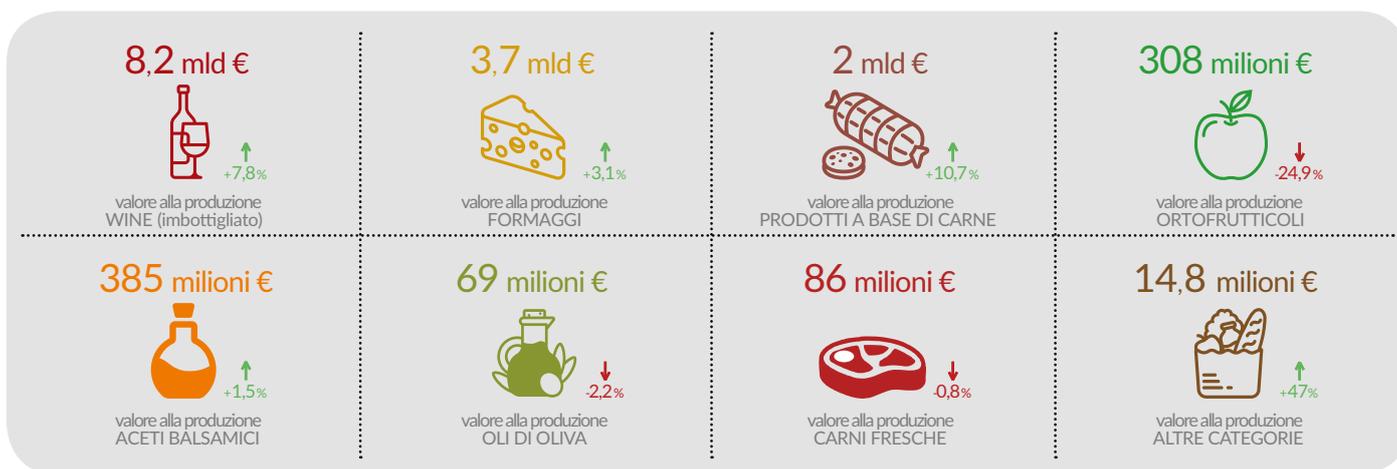
gna (2.751 mln di €) e della Lombardia (1507 mln di €), seguite da Veneto (384 mln di €), Campania (366 mln di €), Trentino Alto Adige (355 mln di €), Friuli Venezia Giulia (318 mln di €), Sardegna (289 mln di €) e Piemonte (268 mln di €).

Anche nel comparto "Wine" alcune regioni si segnalano per un impatto economico (vino sfuso) di grande valore molto spesso legato a denominazioni con af-

I numeri del comparto



I numeri delle filiere



FONTE: RAPPORTO QUALIVITA ISMEA

fermazione consolidata da anni a livello internazionale. Il Veneto guida grazie al contributo di quasi tutte le sue province (1.276 mln di €), seguono la Toscana (442 mln di €), il Piemonte (352 mln di €), il Friuli Venezia Giulia (218 mln di €), il Trentino Alto Adige (198 mln di €), la Sicilia (126 mln di €), la Lombardia (125 mln di €) e l'Emilia Romagna (111 mln di €). Sotto i 100 milioni di euro, ma con un valore significativo anche Puglia (92 mln di €) e Abruzzo (89 mln di €).

GDO: il principale canale di vendita

Nel 2016 le vendite di questi prodotti attraverso il canale della GDO sono cresciute del +5,6% in valore, con un trend molto più sostenuto di quello del totale dell'agroalimentare a peso fisso (+1,2%).

Ad oggi questo canale copre il 52% del mercato, l'analisi dei canali di vendita nazionali delle aziende Food DOP e IGP mostra come la GDO si riveli ancora il principale driver coprendo più della metà del mercato interno (52,1%), con un incremento del +8%

negli ultimi 10 anni, e risulta particolarmente rilevante per i Prodotti a base di carne e gli Aceti balsamici i quali commercializzano attraverso la GDO circa due terzi della produzione.

Horeca e produzioni certificate: un rapporto sempre più stretto nel nome della qualità e del territorio

Se si analizza il ruolo svolto dal canale Horeca per le produzioni certificate, nel complesso circa il 4,6% del totale, si comincia a nota una tendenza interessante, soprattutto per alcuni prodotti come le Carni fresche (23% della produzione), che certifica un legame sempre più forte tra ristorazione e prodotti di qualità. Secondo un'indagine Qualivita, nel 2018 ben l'86% degli esercizi usa prodotti DOP IGP nelle proprie ricette (ma solo nel 30% dei casi più di 10 prodotti). I formaggi sono i più presenti (91% dei casi), seguiti da aceti balsamici (70%), prodotti a base di carne e salumi (65%), carni fresche (20%), ortofrutticoli (18%) e oli di oliva (15%).



Dieta mediterranea, dieta di integrazione

Manuela Scornaienghi

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

L'armonia e la bellezza del paesaggio mediterraneo, che nell'immaginario collettivo è associata all'omonima cultura alimentare, sono l'effetto di secoli di lavoro agricolo durante i quali tentativi di tecniche agronomiche e di selezioni colturali, scambi di esperienze e integrazioni con conoscenze ed esperienze di altre culture hanno avuto lo scopo di raggiungere una disponibilità alimentare sufficiente alla vita di coloro che in quei territori vivevano. Aree per buona parte pedemontane e circondate dal mare, con estensioni agricole modeste non certo vocate a raccolti abbondanti, dove lunghe estati secche si alternano a inverni miti ma piovosi, e il rischio di raccolti danneggiati e insufficienti è sempre in agguato.

Da questa continua ricerca per la sopravvivenza prevalsero quei prodotti agricoli considerati oggi alla base del regime alimentare mediterraneo: olio, frutta e verdura, cereali. Un'alimentazione povera di grassi e proteine animali, con rare eccezioni spesso legate a motivi religiosi (carne per sacrifici in festività pubbliche) o a questioni di censo (pesce pregiato e ostriche erano molto apprezzati dalle antiche aristocrazie mediterranee), che accomuna, pur nella loro specificità, tutte le civiltà sviluppatesi sul Mediterraneo (semita, egiziana, etrusca, fenicia, greca e romana, araba) e che ha portato all'affermazione di sistemi agricoli comparabili, prodotti e abitudini alimentari comuni grazie anche alle molte aree di prossimità che caratterizzano il territorio, attraverso le quali la circolazione di tecniche e prodotti è più facilmente realizzabile.

È con le invasioni barbariche che gli antichi scenari agroalimentari mediterranei impattano direttamente con altre tradizioni alimentari e iniziano lentamente a evolversi; dalle regioni del Nord Europa giunsero popolazioni germaniche e celtiche con pratiche di approvvigionamento alimentare diverse, basate sullo sfruttamento di grandi spazi incolti dove erano praticati soprattutto la caccia e l'allevamento brado, la raccolta dei frutti selvatici. Popoli che non conoscevano il vino ma bevevano il sidro, con un'alimentazione basata sul consumo di proteine animali (carne, strutto, cacciagione) e poche fibre vegetali per la maggior parte di provenienza spontanea, originari di territori caratterizzati da rigidi e lunghi inverni per sopravvivere ai quali era, tra l'altro, necessario sperimentare e perfezionare tecniche di conservazione del cibo. Nell'alto medioevo (476 d.c. - 1000) quindi, con lo spostamento del baricentro geopolitico dal bacino mediterraneo all'Europa centrale, inizia la prima importante integrazione tra la cultura alimentare romano-mediterranea con quella Nord europea. Gradualmente, agli elementi base di tale alimentazione (pane, vino, olio) divenuti, non a caso, sacri per la liturgia cristiana che, nel frattempo, si andava progressivamente affermando, si affiancano quelli nordici, la carne in primo luogo, per procacciarsi la quale occorreavano coraggio, astuzia, forza e che a



sua volta apportava sostanze nutritive in grado di fornire il vigore fisico necessario a combattere e prevalere sui nemici; elementi che la resero, ben presto, un cibo associato all'opulenza, al potere militare e politico (il binomio caccia-nobiltà è ancora attuale) ma anche, uno degli alimenti di cui, storicamente, tutte le religioni monoteiste nate in area mediterranea (ebraismo, cristianesimo e islamismo) ne controllavano le modalità d'assunzione da parte dei fedeli. Nello stesso periodo alla produzione di frumento, di scarsa resa e coltivazione faticosa, si sostituisce gradualmente quella di cereali di minore qualità ma con rese maggiori (segale, farro, avena, orzo) utilizzati oltre che per la produzione di pane anche per zuppe e minestre che le renderanno, nel tempo, pietanze tipiche delle popolazioni contadine d'Europa. Ma nel Medioevo si intensificano anche gli influssi culturali provenienti dal vicino oriente; canna da zucchero, cipolle, melanzane, agrumi, riso e pasta sono introdotti dagli arabi nelle aree sud-europee e adattati dalle popolazioni alle locali tradizioni alimentari. Nel Medioevo, dunque, la cultura stanziale e agrico-



MOSAICO PAVIMENTALE RAFFIGURANTE UCCELLI, PESCI E CESTO DI FRUTTA. OPUS VERMICULATUM, OPERA ROMANA DEL FINE DEL I SEC. A.C./INIZI I SEC. D.C.

la che aveva prodotto e sviluppato gli elementi base della koinè alimentare romana-mediterranea si trova a essere sollecitata da due ingerenze culturali opposte: la tradizione nomade e cacciatrice nord europea e quella di provenienza orientale, arabo-islamica maggiormente presente nelle regioni dell'Europa meridionale (Spagna e Italia del Sud soprattutto). Ad entrambe, l'identità alimentare romana-mediterranea lentamente e spesso non pacificamente si integra, dando origine a varie tradizioni gastronomiche caratterizzate da elementi comuni ma adattate ad aspetti peculiari derivati dalle contingenti condizioni politiche, demografiche, geografiche e religiose dei territori di riferimento. Ad esempio, mentre nelle regioni settentrionali europee si intensifica l'allevamento suino e la coltivazione della vite, in quelle meridionali, il condizionamento della religione islamica determina un ridimensionamento di queste produzioni a vantaggio di altre, tra le quali ad esempio, grano da trasformare in pasta, di cui gli arabi introdussero anche l'essiccazione (Montanari, 2012).

Ma è con la scoperta dell'America che si definiscono

quei caratteri identificativi riconoscibili nell'attuale concetto di dieta mediterranea; pomodori, patate, peperoni, ecc. giungono nel vecchio continente attraverso le navi mercantili dei conquistadores, le scoperte di esploratori o le introduzioni dei missionari. Ciò rende diverse, rispetto al passato, le dinamiche di questa nuova integrazione alimentare perché, in primo luogo, manca la mediazione culturale operata da coloro che tali prodotti storicamente producevano e mangiavano, custodendone la memoria storica; ma anche perché, a dominare la relazione è l'aspetto economico e commerciale per cui produzione, trasformazione e consumo assumono caratteri distinti rispetto a ciò che in Europa avveniva tradizionalmente, in cui i tre aspetti coincidevano e si identificavano con la comunità. Si spiega così la lunga e difficile combinazione nell'alimentazione popolare europea di prodotti considerati oggi "tipici" della dieta mediterranea come, ad esempio, il pomodoro o le patate; inizialmente considerati indigesti, il primo entrò nelle cucine partenopee solo alla fine del XVIII secolo e dopo essere stato trasformato in salsa, cioè solo dopo essere stato adattato alle tradizioni locali; la patata in seguito alle carestie del XVI e XVII secolo e ai falsi consigli dati ai contadini per sfamarli durante le carestie (si consigliava di coltivarla per produrre pane) si impose sulle tavole europee adattandosi alle tradizioni gastronomiche dei vari territori.

La riconosciuta raffinatezza e salubrità della dieta mediterranea si è sviluppata dall'incontro e dall'integrazione di culture e tradizioni alimentari diverse. Essa è la sintesi millenaria di reciproche influenze e commistioni, la cui elaborazione è stata possibile solo attraverso le mediazioni locali che, pur nelle rispettive peculiarità, hanno portato a un "comune sentire" alimentare riconosciuto e riconoscibile. Analogamente a quanto avvenuto per altri aspetti della civiltà occidentale, non è un caso che tale evoluzione culturale sia avvenuta nel Mediterraneo, un vero e proprio sistema di circolazione dove, al di là dei confini politici, uomini e culture si sono da sempre relazionati e interconnessi.

Per saperne di più

- F. Braudel *Il Mediterraneo. Lo spazio e la storia, gli uomini e la tradizione*, (Milano, 1987)
- W. Rösener *I contadini nella storia d'Europa*, (Bari, 2008)
- J.L. Flandrin - M. Montanari (a cura di) *Storia dell'alimentazione*, (Bari, 1997)
- M. Montanari *La fame e l'abbondanza. Storia dell'alimentazione in Europa*, (Bari, 1993)
- M. Montanari *I Gusti del Medioevo. I prodotti, la cucina, la tavola* (Bari, 2012)



Agricoltura, biodiversità e cibo gli strumenti della legge n. 194/2015 e il modello innovativo delle Comunità del cibo e della biodiversità

Luigi Servadei

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

La legge n.194/2015 ha come obiettivo la tutela della biodiversità di interesse agricolo e la valorizzazione del ruolo degli agricoltori custodi della biodiversità, definiti come coloro che si impegnano nella conservazione delle risorse genetiche di interesse alimentare ed agrario locali soggette a rischio di estinzione o di erosione genetica.

In conformità con il Piano Nazionale sulla Biodiversità di interesse Agricolo, la legge n.194/2015 istituisce un sistema nazionale di tutela e di valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare che è costituito da 4 elementi principali: l'anagrafe nazionale della biodiversità, la rete nazionale della biodiversità, il portale nazionale della biodiversità e il comitato permanente per la biodiversità.

Sistema nazionale di tutela e di valorizzazione della biodiversità di interesse alimentare ed agrario (Legge n.194/2015)

ANAGRAFE NAZIONALE
BIODIVERSITÀ

RETE NAZIONALE
BIODIVERSITÀ

PORTALE NAZIONALE
BIODIVERSITÀ

COMITATO PERMANENTE
PER LA
BIODIVERSITÀ

Nello specifico, il sistema nazionale di tutela e di valorizzazione della biodiversità prevede l'istituzione di un'anagrafe nazionale della biodiversità agraria e alimentare, attualmente in fase di implementazione, in cui siano raccolte tutte le risorse genetiche locali di origine vegetale, animale o microbica a rischio di estinzione.

Viene, inoltre, istituita la rete nazionale della biodiversità di interesse agricolo, che è costituita dalle

strutture locali, regionali e nazionali per la conservazione del germoplasma ex situ e dagli agricoltori e allevatori custodi. La rete, coordinata dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo, svolge ogni attività diretta a preservare le risorse genetiche locali dal rischio di estinzione o di erosione genetica, attraverso la conservazione in situ o ex situ, nonché a incentivarne la reintroduzione in coltivazione o promuoverne altre forme di valorizzazione. La rete, inoltre, promuove la diffusione e lo scambio di conoscenze e di esperienze.

È invece affidata alle Regioni l'individuazione degli agricoltori custodi con l'obiettivo di attuare la conservazione, nell'ambito delle aziende agricole, delle risorse genetiche del proprio territorio soggette a rischio di estinzione o di erosione genetica, nonché per incentivare e promuovere l'attività da essi svolta e per garantire la loro iscrizione alla rete nazionale della biodiversità.

La legge prevede, inoltre, la realizzazione del portale nazionale della biodiversità di interesse agricolo e alimentare per consentire la diffusione delle informazioni sulle risorse genetiche.

Il Comitato permanente per la biodiversità si occupa della governance del nuovo sistema nazionale di tutela e valorizzazione della biodiversità e ha il compito di garantire il coordinamento delle azioni sviluppate a livello centrale e regionale e l'attuazione del Piano nazionale sulla biodiversità di interesse agricolo.

Per quanto riguarda le risorse finanziarie stanziare per la tutela della biodiversità di interesse agricolo, con l'approvazione della legge n.194/2015, a decorrere dal 2015 e con una dotazione di 500.000 euro, è stato istituito il fondo per la tutela della biodiversità agraria e alimentare, che è destinato a sostenere progetti di ricerca e le attività degli agricoltori e degli allevatori custodi.

È auspicabile che il fondo per la tutela della biodiversità agraria e alimentare possa finanziare azioni di

sostegno dirette agli agricoltori e allevatori custodi nell'ambito dell'anagrafe nazionale della biodiversità, azioni di sistema e progetti di ricerca per la promozione della rete nazionale della biodiversità e delle reti attive a livello regionale e locale.

Con la legge n.194/2015 è prevista anche l'istituzione delle comunità del cibo e della biodiversità agraria e alimentare, con l'obiettivo di sensibilizzare la popolazione, di sostenere le produzioni agrarie e alimentari di qualità e di favorire comportamenti atti a tute-

È prevista anche l'istituzione della giornata nazionale della biodiversità di interesse agricolo e alimentare il giorno 20 maggio.

In conclusione, possiamo affermare che l'importanza della legge n.194/2015 e del sistema nazionale di tutela risiede nel fatto che potrà dare un nuovo impulso all'attuazione del Piano nazionale sulla biodiversità di interesse agricolo e potrà mettere a sistema le numerose attività e iniziative legislative regionali intervenute in materia.



lare la biodiversità di interesse agricolo e alimentare. Si tratta di ambiti locali derivanti da accordi tra i diversi portatori di interesse legati alla tutela e alla valorizzazione della biodiversità agraria e alimentare che possono avere come oggetto lo studio, recupero e la trasmissione di conoscenze e saperi tradizionali sulle risorse genetiche di interesse alimentare, la realizzazione di forme di filiera corta e vendita diretta, l'agricoltura biologica e altri sistemi colturali a basso impatto ambientale, la realizzazione di orti didattici, sociali, urbani e collettivi, ecc.

Le comunità del cibo e della biodiversità rappresentano uno strumento innovativo per promuovere percorsi territoriali integrati di sviluppo locale legati all'agricoltura sostenibile, al cibo e alla biodiversità. Attualmente abbiamo diverse esperienze di istituzione, ai sensi dell'art.13 della legge n.194/2015, delle comunità del cibo e della biodiversità, tra queste l'esperienza pilota della Regione Basilicata e quella portata avanti dalla Regione Toscana.

Per promuovere la tutela e la valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare la legge n.194/2015 prevede la realizzazione di periodiche campagne promozionali ed identifica appositi itinerari della biodiversità di interesse agricolo e alimentare, che hanno l'obiettivo di promuovere la conoscenza delle risorse genetiche locali iscritte all'anagrafe nazionale e lo sviluppo dei territori interessati.

Per promuovere la tutela e la valorizzazione della biodiversità agricola e alimentare e delle risorse genetiche in agricoltura occorre sviluppare un'azione sinergica tra gli strumenti previsti dal sistema nazionale della biodiversità della legge n.194/2015 e gli interventi contemplati dalle misure di finanziamento dei programmi di sviluppo rurale.

I Programmi di Sviluppo Rurale (PSR) 2014/2020 rappresentano lo strumento più importante per assicurare un sostegno diretto agli agricoltori e agli allevatori custodi della biodiversità. Inoltre, attraverso gli incentivi previsti dai PSR, si possono promuovere anche la competitività e la multifunzionalità delle aziende agricole custodi della biodiversità.

Più in generale possiamo affermare che un aspetto rilevante per rafforzare la competitività delle risorse genetiche autoctone è sicuramente costituito dal loro inserimento in sistemi territoriali sostenibili.

È importante riuscire a coniugare la conservazione della biodiversità agricola con lo sviluppo locale del territorio, creando sinergie tra agrobiodiversità, ambiente, territorio, aree protette, paesaggio, cultura e identità locali sulla base del modello proposto dalle comunità del cibo e della biodiversità agraria e alimentare.

In tal senso, la Rete Rurale Nazionale attraverso il Progetto Biodiversità, Natura 2000 e Aree Protette può favorire lo sviluppo di sinergie, lo scambio di esperienze, di competenze e di buone pratiche.

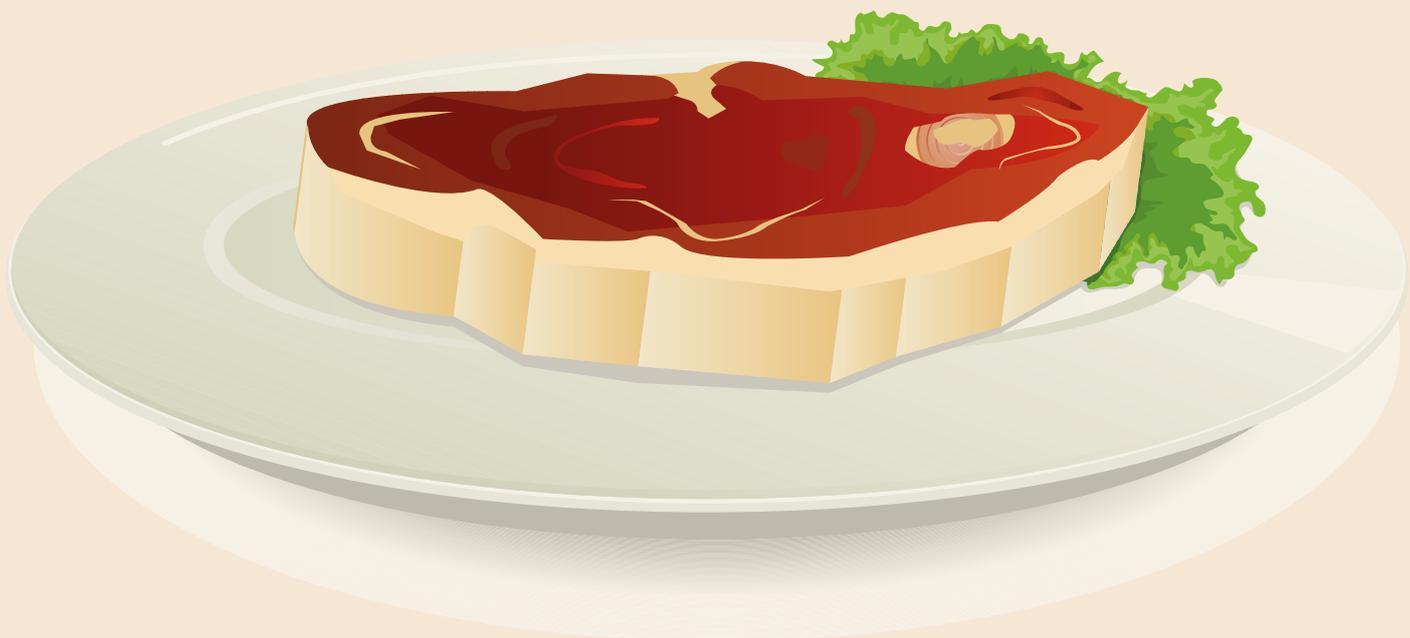
L'ACQUA CHE MANGIAMO

Filiberto Altobelli

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

Anna Dalla Marta

Università di Firenze



L'impronta idrica svolge un ruolo importante nel sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza dell'acqua per la produzione di beni e servizi e quindi sul fatto che il consumo di cibo, ad esempio, è anche, indirettamente, consumo di acqua.

L'impronta idrica di un prodotto è definita come il volume totale di acqua dolce che viene utilizzata direttamente o indirettamente per produrlo.

Questo indicatore comprende tre componenti: "l'acqua verde", definita come l'acqua piovana immagazzinata come umidità del suolo; "l'acqua blu", ovvero le acque superficiali e sotterranee, e "l'acqua grigia", definita dal volume di acqua dolce necessaria per assimilare gli inquinanti agli standard di qualità delle acque ambientali.

Pertanto, per un determinato prodotto, l'impronta idrica può essere definita come l'indicatore del totale di acqua necessaria per la sua produzione, nonché un appropriato strumento per la misura dell'impatto della produzione e del consumo di cibo.

L'impronta idrica è una delle numerose impronte ambientali diventate popolari nei primi anni 2000 per valutare l'impatto del consumo sulle risorse naturali. Questa famiglia di impronte mira ad affrontare la crescente scar-

sità di risorse naturali necessarie per produrre (incorporare) i nostri prodotti e servizi e a sensibilizzare il pubblico attraverso una comunicazione semplice ed efficace.

L'innovazione principale, ma anche la sfida, del concetto di impronta idrica è misurare con precisione quanta acqua viene utilizzata in diverse fasi lungo il processo di produzione, che è particolarmente impegnativo nelle catene del valore di oggi, spesso globalizzate.

L'impronta idrica svolge un ruolo importante nel sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza dell'acqua per la produzione di beni e servizi e quindi sul fatto che il consumo di cibo, ad esempio, è anche, indirettamente, consumo di acqua. Sono spesso citate le impronte idriche di alcuni prodotti alimentari, come una bistecca o una bibita, ma anche di fibra irrigata, come il cotone. Per esempio, alcuni autori stimano che l'impronta idrica di una bibita da mezzo litro con un contenuto di zucchero di 50 grammi circa corrisponda ad una quantità di acqua compresa e

necessaria per la sua produzione di 169-309 litri, a seconda principalmente dell'origine dello zucchero. Per questo prodotto, quasi il 100% dell'impronta idrica totale è rappresentata nella catena di approvvigionamento e non nel reale prodotto diretto, che è mezzo litro. Altri esempi spesso citati includono una maglietta di cotone (3000 litri di acqua circa) e un paio di jeans (11000 litri di acqua circa).

Anche la produzione di carne, mette in evidenza un impiego significativo di acqua. Così per un chilogrammo di carne bovina si può arrivare nei casi peggiori a circa 15000 litri di acqua a seconda del tipo di allevamento e di alimentazione degli animali (che va dalle colture irrigue ai pascoli naturali). I valori usati sono generalmente medie che includono le tre componenti dell'impronta (verde, blu e grigio), che, come sottolineato da alcuni critici non riflette in modo accurato l'impatto ambientale di qualsiasi prodotto reale. L'affidabilità delle informazioni fornite dall'impronta idrica, come per tutti



#AGRICOLTURANELPIATTO

gli indicatori, dipende molto dalla precisione dei dati e dal modo in cui vengono presentati.

Spesso, come negli esempi sopracitati, viene utilizzata una cifra media globale, che non trasmette la differenza di impatto, ad esempio tra "l'acqua verde" in un'area in cui la pioggia è abbondante e l'acqua proveniente dall'irrigazione da una condotta irrigua, in un'area più arida. Un altro limite è che mentre l'impronta idrica di una coltura può variare a seconda delle condizioni agro-climatiche e delle pratiche agronomiche utilizzate, le impronte idriche dei prodotti che finiscono sul nostro piatto sono generalmente calcolate utilizzando dati a livello di macro area. Ciò non consente di acquisire specifiche, e spesso notevoli, variazioni derivanti dai metodi di produzione alternativi e maggiormente virtuosi in termini di consumo idrico, e dalle condizioni dell'azienda.

Altri autori sottolineano anche i limiti della nozione di acqua grigia, che dipende molto dal tipo di utilizzo dell'acqua (irriguo, civile piut-

tosto che industriale) ma anche dal tipo di inquinante, soprattutto in ambito agricolo (fosforo, metalli pesanti, nitrati). Il concetto di acqua grigia, inoltre, è molto astratto poiché non rappresenta un volume idrico effettivamente utilizzato.

In generale tuttavia, sono stati sviluppati recenti studi sulla distinzione tra le diverse componenti dell'indicatore dell'impronta idrica, anche al fine di un suo più appropriato impiego. Tra questi vi è un recente lavoro di ricerca *Irrigated farming systems: using the water footprint as an indicator of environmental, social and economic sustainability* - a cui hanno contribuito ricercatori del Centro Politiche e Bio Economia - CREA, del Dipartimento di Scienze delle Produzioni Agroalimentari e dell'Ambiente - UNIFI, del Center for International Forestry Research (CIFOR) - CGIAR e della FAO. Il lavoro ha preso in considerazione lo studio dei sistemi agricoli irrigui della regione Campania, considerando un campione di 598 aziende agricole irrigue ed ha utilizzato, proprio,

l'impronta idrica come indicatore di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

I principali risultati hanno mostrato che in generale i volumi di acqua distribuiti attraverso l'irrigazione sono molto più alti rispetto alle reali necessità colturali. Inoltre, i risultati hanno mostrato che per alcuni volumi di irrigazione e per alcune colture, spesso, a parità di volumi idrici distribuiti, gli impatti economici e sociali sono molto diversi e la scelta di una coltura irrigua piuttosto che un'altra ha ripercussioni diverse in termini di sostenibilità ambientale e socio-economica.

Pertanto, seppure questo tipo di indicatore risulta molto utile per la stima della sostenibilità nell'impiego di acqua per la produzione agricola e del relativo cibo di cui ci sfamiamo e fornisce senza alcun dubbio un'istantanea generalizzata dell'uso dell'acqua per un particolare prodotto, sono necessarie analisi più dettagliate prima che le decisioni sulla gestione delle acque irrigue possano essere prese con sicurezza.





interventi

CIA

(Confederazione Italiana Agricoltori) è una delle maggiori organizzazioni di categoria d'Europa che lavora per il miglioramento e la valorizzazione del settore primario e per la tutela delle condizioni dei suoi addetti.

CONFEDERAZIONE NAZIONALE COLDIRETTI

Nata come sindacato di piccoli imprenditori agricoli, grazie alle iniziative in favore dell'agricoltura e alla sua organizzazione capillare, si è affermata come la principale associazione agricola italiana.

CONFAGRICOLTURA

Organizzazione di rappresentanza e tutela dell'impresa agricola italiana. Riconosce nell'imprenditore agricolo il protagonista della produzione e persegue lo sviluppo economico, tecnologico e sociale dell'agricoltura e delle imprese agricole.

LEGAMBIENTE

Tratto distintivo dell'associazione è stato sempre l'ambientalismo scientifico, assieme all'attenzione costante per i temi dell'educazione e della formazione dei cittadini.

Punti di vista

I progetti delle OOPP per rinsaldare il legame tra agricoltura e consumatori

Agrichef, autenticità ed esperienza contadina

Tommaso Buffa

CIA - Direttore di Turismo Verde e La Spesa in Campagna

Siamo quello che mangiamo. È una massima attribuita a Feuerbach. Ma probabilmente è sempre più vero anche il contrario: Noi mangiamo quello che siamo, perché scegliamo gli alimenti in base alla nostra storia ed alla nostra cultura. Il cibo si muove tra due dimensioni, da una parte è fattore strategico globale, elemento centrale del diritto alla Sicurezza Alimentare ed alla Sovranità Alimentare, costitutivi della civiltà umana. Dall'altro è fondamentale elemento di relazione tra le persone, di convivialità ed amicizia, di identità e di scambio. Il cibo di qualità è ricco di virtù organolettiche e salutistiche, ma anche culturali, etiche e simboliche. Il cibo è il legame basilare, non unico ma basilare, tra agricoltori e cittadini fruitori. Abbandoniamo per una volta il termine "consumatori", perché - come ricorda Segrè - consumare è sinonimo di esaurire e distruggere, mentre il cibo non distrugge ma crea vita e benessere. Di questo valore relazionale del cibo senza dubbio l'agriturismo rappresenta una delle espressioni più alte. L'agriturismo, infatti, valorizza tutte le risorse dell'azienda agricola e del territorio. Tra le sue attività fondamentali, il ristoro assume un ruolo centrale e di responsabilità: la scelta di partire con materie prime di qualità, di provenienza aziendale e del territorio, il voler raccontare la storia di un prodotto, di una ricetta, la passione e la dedizione nel preparare il piatto, la

convivialità nell'offrirlo fanno sì che il cuoco/la cuoca debbono curare i molti aspetti della multifunzionalità.

Agrichef è proprio questo: il cuoco produttore dell'agriturismo che ha messo assieme i saperi della produzione, quelli delle tradizioni e della cultura contadina, la sensibilizzazione verso l'ambiente, la valorizzazione del territorio, il recupero di ricette tramandate nel tempo, il rapporto umano che instaura con il commensale, la professionalità e nello stesso tempo la semplicità nel cucinare.

Gli agrichef sono consapevoli rappresentanti del territorio e responsabili comunicatori dei suoi valori; ambasciatori del cibo sano, un ruolo conquistato sul campo con un pizzico di orgoglio in tutti questi anni. Nei loro menù non si troveranno innumerevoli proposte, ma certamente pietanze sempre diverse perché freschissime, legate alla stagionalità. La valorizzazione dei vini locali farà da corollario a piatti preparati con maestria, rispettosi della tradizionale cucina contadina, ma con un occhio all'innovazione dei gusti.

L'agrichief e la sua famiglia aiutano gli ospiti nella scelta del piatto, descrivendo ogni singolo particolare degli ingredienti fin dalla loro produzione nei campi. Lui/lei racconterà (anche nel suo dialetto) la storia dell'azienda, della sua famiglia; il tutto in un'atmosfera intima e accogliente, ma soprattutto discreta, per invogliare la conversazione tra commensali.

Il progetto Agrichef, promosso da Turismo Verde e dalla Cia Agricoltori Italiani, è un nuovo percorso nato con il "festival dell'agriturismo italiano" del 2015 durante l'evento internazionale di Expo a Milano. Inizialmente presentava un gemellaggio tra agrichef di due regioni diverse, con la Lombardia come regione ospitante.

Nel 2016 in occasione del Giubileo della Misericordia, il progetto si è spostato in Lazio. L'edizione del 2017 ha mantenuto lo stesso format focalizzando l'attenzione sui territori colpiti dal terremoto. Il progetto Agrichef permette, infatti, di modellare le iniziative con molta flessibilità, rispondendo alle esigenze specifiche ed anche agli eventi straordinari dei territori.

Ormai sono oltre un centinaio gli agrichef riconosciuti ed il loro numero è in continua crescita. Il festival che si terrà nel 2018 prevede la collaborazione con la rete degli Istituti Alberghieri, in una logica di integrazione tra scuola e sistema delle imprese. In ogni regione d'Italia, gli agrichef o gli aspiranti agrichef si sfideranno alla presenza di una giuria composta da food blogger e professori di scuola alberghiera. L'intento è diffondere e moltiplicare queste esperienze, per diventare abitudine consolidata.

Il progetto Agrichef si avvale del supporto della rete degli agriturismi di Turismo Verde e con quella delle aziende de "La Spesa in campagna". La Spesa in campagna è l'associazione della Cia - agricoltori italiani che promuove la filiera corta ed il rapporto diretto tra agricoltori e cittadini fruitori. Le botteghe de La Spesa in campagna sono un'aggregazione di aziende agricole del territorio e che insieme hanno deciso di gestire un locale di città, proponendo ai consumatori un ampio paniere di prodotti del territorio. Si supera l'intermediazione e si contribuisce a far crescere la consapevolezza dei cittadini sulla storia del cibo e sui valori della biodiversità, la stagionalità, la salubrità, il rapporto tra cibo, dieta e stile di vita, la cultura dei territori, la valorizzazione dei paesaggi, il benessere. Questi spazi sono divenuti infatti anche un momento di incontro, di animazione territoriale, un punto di produzione di iniziative informative e culturali sui temi della alimentazione, della sostenibilità, della solidarietà.

Campagna Amica, l'agricoltura che tende la mano al consumatore

Giovanni Manfrone

Coldiretti - Responsabile Comunicazione Fondazione Campagna Amica

Agricoltura e cittadini, produttore e consumatore, campagna e città. Tre assi portanti, tre legami che devono crescere, capirsi, dialogare ed evolversi. Tre realtà vicine, ma troppo spesso distanti. È proprio per colmare questa distanza che nel 2008 nasce la Fondazione di Campagna Amica.

Promosso da Coldiretti, Campagna Amica è il luogo ideale di incontro tra gli interessi degli agricoltori e dei cittadini e si rivolge a tutti per dare nuove risposte su cibo e sostenibilità: un tema più che mai attuale, strettamente connesso ai nuovi stili di vita.

Fin da quando ha mosso i primi passi, la Fondazione ha realizzato iniziative volte ad esprimere pienamente il valore e la dignità dell'agricoltura italiana, rendendo evidente il suo ruolo chiave per la tutela dell'ambiente, del territorio, delle tradizioni e della cultura, della salute, della sicurezza alimentare, dell'equità, dell'accesso al cibo a un giusto prezzo, dell'aggregazione sociale e del lavoro.

Campagna Amica, dunque, sostiene l'agricoltura italiana nei tre ambiti principali della vendita diretta, del turismo, e dell'ecosostenibilità in un mondo dove i consumi alimentari la fanno da padrone.

Un mondo, quello dell'agroalimentare, dove la Fondazione si è ritagliata un ruolo di primissimo piano organizzando e promuovendo i punti di eccellenza della filiera agricola italiana dal produttore al consumatore a km zero.

Un lavoro capillare che passa attraverso le sue 10mila aziende, i 1.183 mercati degli agricoltori presenti in tutta Italia e non solo. Campagna Amica è anche ospitalità, con 3.000 agriturismi, espressione della migliore tradizione contadina di un turismo evoluto, rispettoso dell'ambiente e responsabile, che considera le imprese agricole una risorsa preziosa anche per migliorare la qualità del tempo libero. Un agriturismo dove la vacanza è riscoprire il tatto, la vista e la capacità di "sentire" gli aromi così da riportare tutto all'essenziale. Una Rete in crescita, una Rete aperta e una Rete che incontra ogni giorno i cittadini a





cui racconta la sua storia fatta di terra, di eccellenze, di made in Italy, di qualità, di garanzia, di salute e di benessere. Una storia di prodotti che sono coltivati su circa 200mila ettari di terreno lavorato da 20mila agricoltori. Con i nostri Farmers Market che producono oltre 40mila posti di lavoro. Sono i giovani ad essere in prima linea, visto che la maggior parte dei produttori agricoli è tra i 35 e i 54 anni, mentre sono 15milioni di cittadini che visitano i mercati di Campagna Amica alla ricerca di una spesa consapevole. Già, una spesa consapevole, è proprio quello che muove gli italiani verso questa realtà unica. Secondo una recente indagine, sono 30 milioni quelli che hanno dichiarato di andare in un mercato contadino almeno una volta al mese, tutto questo grazie al rapporto diretto e fiduciario che lega produttori e consumatori. Questi farmers market sono a tutti gli effetti dei “luoghi del cibo”, dove chi propone i propri prodotti non solo ne garantisce la qualità, ma è anche in grado di raccontarne la storia, di spiegarne la preparazione, e consigliare al meglio come valorizzare i cibi in cucina. “Questo rapporto umano è alla base di una forma di commercio di prossimità che si contrappone all’avanzata della tecnologia – ha detto il presidente di Campagna Amica e fondatore di Slow Food, Carlo Petrini – rendendo ‘l’agricoltura urbana’ un approccio moderno al cibo di qualità”.

Per questo ogni apertura di un mercato di Campagna Amica rafforza il rapporto diretto tra produttore e cittadino che diventa più intenso e continuativo con i farmers market, diventati sempre più non solo luoghi di spesa ma allo stesso tempo di incontro, socializzazione, aggregazione.

È lo stesso principio che ha portato alla nascita degli Agrichef, una delle novità più importanti nel panorama enogastronomico made in Italy: un nome che identifica la versatilità dei nostri agricoltori nel valorizzare i propri prodotti anche ai fornelli. Un valore

aggiunto al piatto, dato proprio dal fatto che sono gli stessi contadini a coltivare o allevare quel che poi viene cucinato e servito a tavola. Un modo nuovo per avvicinare il consumatore alla terra, e per rafforzare quel legame agricoltura-cittadino che si deve nutrire ogni giorno di cose nuove, stimolanti che intreccino tradizione e innovazione.

Vale la pena ricordare che i ristoranti di Campagna Amica raccoglie anche le fattorie didattiche e tante attività rivolte ai più piccoli, futuri cittadini e consumatori consapevoli di crescere con la consapevolezza dell’importanza di un’agricoltura sana e florida. E infine le fattorie sociali, un altro avamposto di Campagna Amica. Nell’agricoltura di oggi c’è una predisposizione naturale per la valorizzazione degli individui di tutte le età. La relazione e la prossimità sono, infatti, valori antichi e da sempre presenti nel mondo contadino così come la solidarietà, il mutuo aiuto, la cura e l’assistenza di membri all’interno di una cerchia familiare “allargata”. Le pratiche di agricoltura sociale rinnovano questo valore intrinseco, offrendo un contributo rilevante allo sviluppo del territorio e delle comunità rurali e mettendo al centro il benessere delle persone, ed è per questo che Campagna Amica si sta sviluppando anche su questo fronte.

Il sociale è proprio una delle più importanti espressioni di quella multifunzionalità e della diversificazione in agricoltura, che hanno permesso la crescita delle nostre aziende e di tutto il movimento agricolo. L’agricoltura sociale infatti accresce la qualità della vita sul territorio, creando condizioni favorevoli per la permanenza delle famiglie nelle comunità rurali. Allo stesso tempo, l’azienda che fa agricoltura sociale promuove reti collaborative con i soggetti impegnati nel sociale e con gli Enti locali preposti contribuendo così a creare un futuro migliore per le comunità locali grazie alla valorizzazione dell’individuo, anche nelle sue fragilità.

“Coltiviamo capolavori”: eventi per valorizzare l’agroalimentare italiano

*Elisabetta Tufarelli
Confagricoltura*

Il pay off di Confagricoltura è “coltiviamo capolavori” e non è un caso. Sottolinea lo strettissimo e indissolubile legame tra agricoltura e cibo. Ma non solo. Non si può dimenticare nemmeno il rapporto tra agricoltura, territorio, alimentazione e salute. Il nostro Paese ha un patrimonio unico al mondo: un tutt’uno che unisce cibo, paesaggio, identità, cultura.

Il presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti ha ricordato che “negli ultimi anni gli imprenditori italiani si sono confrontati sempre di più con il mercato globale e hanno mostrato grandi capacità. Il nostro stile, le nostre tradizioni, le storie che caratterizzano i nostri straordinari prodotti, che tutto il mondo ci invidia, sono il valore aggiunto del made in Italy e deve diventare tale anche per le imprese. Se si pensa a quanto continuo per l’uomo il cibo, il nutrimento e la salute si comprende quanto sia fondamentale l’agribusiness e quali siano ancora le sfide che le imprese dovranno affrontare. Sfide che si vincono guardando lontano: al mondo. Facendo squadra, con il mondo della trasformazione e della distribuzione e con quello della ristorazione, perché anche gli chef, con la loro capacità di valorizzare i prodotti della terra, sono preziosi ambasciatori del made in Italy nel mondo”.

Il 2018 è l’anno dedicato al cibo italiano e, in pratica, all’agricoltura. L’Organizzazione degli imprenditori agricoli, conscia di questo, ha puntato sul binomio vincente agricoltura/cibo. Lo ha fatto al Vinitaly, nei quattro giorni dedicati al business enologico, in contemporanea con Sol & Agrifood, dove sono protagonisti l’olio e altre eccellenze agroalimentari e a Fruit

logistica di Berlino, con il consueto evento all’Ambasciata d’Italia. È stata inoltre presente a Cibus, la grande manifestazione di Parma dedicata all’agroalimentare dove, grazie al coinvolgimento di tutte le regioni italiane, ha organizzato esposizioni e degustazioni di prodotti. Il vino e il cibo sono considerati dei veri ambasciatori del made in Italy nel mondo e pertanto, per Confagricoltura, Vinitaly e Cibus, sono e sempre più devono essere delle piattaforme di eccellenza per rilanciare l’economia e l’export di questi prodotti italiani. La conoscenza del cibo e del vino è ormai patrimonio diffuso e ha coinvolto fasce sempre più ampie del grande pubblico. Le imprese sono in grado di coniugare qualità, innovazione e sostenibilità e sono testimoni di un nuovo modo di produrre attento alla tradizione, ma anche al progresso e ai nuovi bisogni dei consumatori.

In occasione del sesto compleanno di Eataly Roma, Confagricoltura ha partecipato con le aziende associate che hanno posto in mostra, vendita e degustazione i “Capolavori dell’agricoltura italiana”. “Il nostro settore – ha ricordato Massimiliano Giansanti – ha grandissime potenzialità, anche a livello internazionale. Eataly è uno spazio importante e vitale, apprezzato dai food lover e che valorizza l’eccellenza agroalimentare; sensibilizza i consumatori sulle tradizioni territoriali e li invita a fare acquisti di qualità”. I prodotti delle aziende agricole sono equiparati a veri e propri “Capolavori” firmati dagli agricoltori, che sempre più allargano la loro visione imprenditoriale dalla produzione alla trasformazione, in un’ottica di mercato di filiera sostenibile, aperta al mercato globale e ai soggetti che vi operano, come gli chef. Questo è il motivo per cui Confagricoltura partecipa, da 5 anni, a Cooking for Art, l’evento organizzato da Witaly e Luigi Cremona a Roma e Milano, che riunisce i migliori alberghi, i migliori chef, i migliori prodotti del nostro Paese sotto il comune denominatore dell’eccellenza. Un’altra vetrina scelta da Confagricoltura è il “Festival della gastronomia” a Roma e Milano nell’ambito della quale i prodotti sono presentati, oltre che al pubblico, a chef ed esperti di gastronomia, capaci di valorizzare, esaltando gusti e sapori attraverso sapienti abbinamenti, i “Capolavori” dell’agricoltura italiana che hanno portato e reso famosa la cucina italiana nel mondo e con essa l’eccellenza del nostro made in Italy agroalimentare. Le aziende associate propongono il meglio della produzione agricola italiana, dalle ricercate Denominazioni d’origine ai prodotti innovativi: dall’olio extra vergine d’oliva al vino, dagli ortaggi freschi ai trasformati, dal latte ai formaggi, dalla carne ai salumi, fino ai fiori e alle piante. Prodotti che seguono, contraddistinguendosi, la filosofia dell’Organizzazione degli imprenditori agricoli, che fa della sostenibilità, della qualità, della ricerca e della capacità di stare sul mercato il punto di forza di un’agricoltura moderna e competitiva.

Questi sono solo alcuni esempi che, a partire da



Coltiviamo Capolavori



Expo, hanno coinvolto gli associati di Confagricoltura. Non si possono tralasciare le varie iniziative internazionali e locali. “Il mercato, per l'agricoltura italiana, è certamente il mondo”, lo rimarca sempre con convinzione il presidente di Confagricoltura Massimiliano Giansanti. L'export agroalimentare italiano è in continua crescita ed è quasi pari al 10 per cento in valore delle esportazioni complessive del nostro Paese. Usa, Germania e Regno Unito sono mercati consolidati, ma c'è qualche timore, almeno per gli Stati Uniti e l'UK, riconducibile agli effetti della Brexit e delle politiche protezionistiche dell'amministrazione Trump. Eppure, come mette in evidenza Massimiliano Giansanti, “l'agricoltura è un business e, come tale, deve guardare lontano”. Ma non solo. “Il sistema agro-alimentare italiano ha bisogno di mercati aperti sui quali far valere la qualità e la competitività delle nostre produzioni. E i mercati vanno gestiti sulla base di regole multilaterali rigorose in termini di sicurezza alimentare, protezione dell'ambiente e tutela sociale”. I nuovi mercati, come Cina, Giappone e l'intero continente asiatico da un lato e gli agguerriti player internazionali (Australia, Cile e Nuova Zelanda, ecc.) impongono all'Italia di fare sistema per promuovere e difendere i propri prodotti agroalimentari. Non è solo un discorso di prodotti glamour, ma di cultura e style apprezzati, richiesti e “copiati” (pensiamo all'italian sounding). Per questo è necessario promuovere il “brand” italiano che è riconoscibile e amato non solo tutelando le importanti tradizioni e i mercati locali, ma arrivando nelle piazze a contrastare il falso made in Italy. Tradizioni locali e visione globale si possono benissimo coniugare, lo dimostrano pienamente le imprese associate a Confagricoltura.

È altresì evidente che l'impegno politico per consolidare i successi dell'agroalimentare tricolore è, al tempo stesso, una necessità e un dovere.

Pesticidi nel piatto

Dossier

*Daniela Sciarra
Legambiente*

Un'istantanea sulla presenza dei residui di prodotti fitosanitari negli alimenti di origine italiana e straniera e sulla diffusione di buone pratiche che mirano alla loro riduzione. È questo l'obiettivo del dossier “Stop Pesticidi” di Legambiente che raccoglie e elabora, da oltre dieci anni, i risultati delle analisi su residui di pesticidi svolti dai laboratori pubblici italiani - Agenzie per la protezione ambientale e Istituti Zooprofilattici sperimentali - in particolare su frutta, verdura e prodotti trasformati.

Nell'ultima edizione, presentata lo scorso anno, sono stati raccolti dati sulla presenza di residui in oltre 9 mila campioni di alimenti, grazie alla collaborazione con gli enti pubblici. Secondo il dossier, la percentuale di campioni di alimenti regolari senza alcun residuo supera la metà del totale, attestandosi al 62,4% dei campioni, italiani e stranieri. Un dato apprezzabile ma che non distoglie l'attenzione dalle valutazioni su quanti e quali residui di pesticidi si rintracciano più frequentemente negli alimenti. Parliamo del tema del multi residuo, inteso come la compresenza di più residui di pesticidi nel medesimo campione alimentare. La necessità di indagare questo aspetto prende avvio dalle nozioni di tossicologia, ormai note da anni, che evidenziano come le interazioni di più sostanze all'interno del corpo umano, possano provocare effetti additivi o addirittura sinergici. In dieci anni, dal 2006 al 2016, il multiresiduo è salito di circa sette

punti percentuale, passando dal 13,0% al 19,9%. Una percentuale che si accompagna a numerosi casi di campioni da record ovvero con un mix di residui chimici. Ne sono esempi, un campione di foglie di tè verde, con 21 residui di cui 6 superano il limite massimo di rilevabilità (Buprofezin, Imidacloprid, Iprodione, Piridaben, Triazofos, Acetamiprid) e un campione di semi di cumino, provenienti da India e Siria, con 14 residui, di cui 9 superano il limite (Carbendazim, Esaconazolo, Imidacloprid, Miclobutanil, Profenofos, Propiconazolo, Tiametoxam, Triazofos, Acetamiprid) e un altro campione sempre multiresiduo e anche irregolare per il superamento da Metalaxil e, ancora, due campioni di bacche di provenienze cinese che contemplano rispettivamente 12 e 20 residui tra cui Acetamiprid, Carbendazim e Imidacloprid.

Campioni regolari e multi residuo da 7, 8 o 9 sostanze contemporaneamente si rintracciano anche nei campioni di frutta, come nell'uva da tavola e da vino, in questo caso tutta di provenienza nazionale.

Nel dettaglio, tra le sostanze attive più frequentemente rilevate nei campioni analizzati ritroviamo il Boscalid, il Clorpirifos, l'Acetamiprid, il Metalaxil, il Ciprodinil, il Penconazolo.

Una cosa è certa, i prodotti fuorilegge (cioè con almeno un residuo chimico che supera i limiti di legge) sono solo una piccola percentuale – pari all'1% del totale tra verdura, frutta e prodotti trasformati – mentre, in generale, la presenza di campioni regolari con uno o più residui di pesticidi riguarda un terzo dei prodotti analizzati (36,4%).

Nonostante l'agricoltura italiana stia compiendo diversi sforzi nella direzione di un uso sostenibile dei pesticidi, soprattutto grazie alla crescita dell'agricoltura biologica e, in generale, delle pratiche agricole che, basate sui criteri dell'agroecologia, dimostrano come si possa pervenire a una considerevole riduzione nell'utilizzo dei fitofarmaci, tutelando la biodiversità e la fertilità dei suoli, Legambiente mostra con i dati un quadro sufficientemente chiaro per riconoscere il multiresiduo (e il binomio multiresiduo/irregolarità) un fenomeno su cui intervenire sul piano legislativo e della ricerca scientifica, tenendo conto delle possibili ripercussioni sulla salute dei consumatori e dell'ambiente. Il dossier, sulla scorta di riferimenti bibliografici e degli studi di settore, evidenzia che soltanto una modesta parte del pesticida irrorato in campo raggiunge l'organismo bersaglio, la maggiore quantità si disperde invece nelle matrici ambientali, aria, acqua e suolo, con conseguenze che dipendono anche dal modo e dai tempi con cui le molecole si degradano dopo l'applicazione. Una mole crescente di studi scientifici, oggi più orientati alla valutazione dell'impatto ambientale della chimica di sintesi più che ai suoi benefici per la produttività, mostra chiare evidenze degli effetti che l'uso non sostenibile dei pesticidi induce in termini di perdita della biodiversità, riduzione della fertilità del terreno

e accelerazione del fenomeno di erosione dei suoli. I pesticidi infatti, sia durante che dopo il trattamento, possono raggiungere organismi non bersaglio e provocare effetti più o meno marcati sulla loro vita.

Eppure, proprio l'agricoltura potrebbe rappresentare il più importante alleato per affrontare le attuali sfide ambientali e per lo sviluppo di una nuova economia. Il primo passo è il rilancio di buone pratiche agricole attente alla complessità dei processi naturali e soprattutto capaci di innovare e sperimentare nuove tecnologie. Al Piano d'azione nazionale per l'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari (PAN), in revisione nel corso del 2019, spetterà il compito di definire gli obiettivi quantitativi di riduzione dei pesticidi in agricoltura, mentre alle Regioni quello di sfruttare lo spazio di manovra che gli è offerto dalla programmazione di sviluppo rurale e dal PAN stesso per stabilire azioni stringenti per ridurre l'uso dei pesticidi e misure a sostegno della diffusione di buone pratiche agricole orientate all'agroecologia e all'innovazione in campo agricolo. Molti Programmi di Sviluppo Rurale regionali offrono diverse opportunità al riguardo, anche se con qualche contraddizione, come il finanziamento di certe pratiche (ad esempio alcune tecniche di agricoltura conservativa) che, senza vincoli adeguati, possono determinare un aumento di ricorso agli erbicidi. Per favorire politiche più coerenti, Legambiente sta collaborando anche con la Rete Rurale Nazionale per dimostrare che per raggiungere non più procrastinabili obiettivi di sostenibilità è necessario diffondere l'adozione di pratiche agronomiche basate sui criteri dell'agroecologia.

La strada da percorrere è quindi già definita, occorre però che sia sostenuta da un solido impianto normativo che incentivi, con misure concrete e premialità chi contribuisce alla diffusione dei principi dell'agroecologia e da un sistema di controllo e gestione volto a verificare l'applicazione di questi indirizzi tecnici e normativi. Anche per questo motivo è importante investire nella conoscenza di sistemi di difesa per coniugare la sostenibilità economica e sociale con la sfida dei cambiamenti climatici mantenendo sempre alta la qualità delle produzioni, il rispetto del patrimonio ambientale, sociale e culturale e il benessere dei cittadini.

ISPRA, 2017, Monitoraggio nazionale dei pesticidi nelle acque

Borràs et al. 2015. Atmospheric Environment 123A: 112-120. 15

Hernández et al. 2016. Environment International 92-93: 657-679

Hernández et al. 2016. Environment International 92-93: 657-679

Neitsch et al. 2016. J. Agric. Food Chem. 64 (40): 7445-7451

Esperienze

La retroinnovazione di Simenza

Paolo Caruso

Ass. Simenza - Cumpagnìa Siciliana Sementi Contadine

Federica Genovese

Responsabile comunicazione Simenza - Cumpagnìa Siciliana Sementi Contadine

Giuseppe Li Rosi

Presidente Ass. Simenza - Cumpagnìa Siciliana Sementi Contadine



Un nuovo modello alimentare, in cui si riscopre il naturale connubio tra cibo, territorio, cultura gastronomica e salute, si contrappone agli effetti della globalizzazione. A causa di questo fenomeno, nelle aree del pianeta massicciamente industrializzate, è subentrato un processo di omologazione nelle abitudini alimentari, sciogliendo le naturali connessioni tra popolo-cultura-cibo-territorio. Soppiantate le tecniche di produzione artigianali, si è sviluppato un processo di astrazione nel recupero e trattamento di materie prime e prodotti finiti, che mette in pericolo la sopravvivenza delle micro-culture.

Gli effetti negativi si rintracciano su ogni fronte: qualità nutrizionali e salubrità del cibo, assenza di tracciabilità delle materie prime, gravi danni all'ambiente, appiattimento culturale e fenomeni di disoccupazione dilagante all'interno di piccole imprese agricole e di trasformazione.

Il recente fenomeno di progressivo distacco e disincanto dai messaggi mediatici, sta determinando, negli strati sociali in cui esiste il binomio reddito medio alto/formazione culturale medio-alta, un ritrovato interesse per la provenienza e gli aspetti qualitativi dei prodotti alimentari.

Territorio, qualità e identità culturale, diventano il nuovo trend per le fasce abbienti con conseguen-

te, anche se lenta, influenza in altri strati sociali più prossimi.

La Sicilia, il cui potenziale di risorse pedoclimatiche e genetiche è elevatissimo, si ascrive, a pieno titolo, in un processo di rinnovamento socio-economico le cui auspicabili ricadute positive darebbero nuova linfa all'economia regionale.

L'agrobiodiversità sviluppata in termini di piccola e media imprenditoria, consentirebbe di produrre altissima qualità legata a una forte identità storica e culturale, nel rispetto della sostenibilità ambientale, economica e sociale.

Da queste e molte altre premesse, nel 2016 nasce l'Associazione Simenza - Cumpagnìa Siciliana Sementi Contadine. Soci fondatori e nuove leve, percorrono insieme il tragitto che vuole condurre alla tutela e valorizzazione dell'agrobiodiversità siciliana. Avvalendosi delle tradizioni e dei saperi, custoditi dai propri associati, si sperimenta un nuovo modello di sviluppo agricolo centrato sulla sostenibilità delle produzioni, sulla sicurezza e sovranità alimentare.

L'obiettivo di Simenza, se da un lato è penalizzato dalle condizioni socio-economiche siciliane, trova nello straordinario patrimonio della biodiversità siciliana locale, uno dei suoi punti di forza. Intersecati e interdipendenti, anch'essi espressione della biodi-

versità, gli altri fenomeni che rendono straordinaria l'isola: il susseguirsi, nel raggio di pochi chilometri, di paesaggi molto diversi per caratteristiche geomorfologiche; le storie, che di ogni comunità fanno un coacervo di usi, abitudini e lingue, che rendono la cultura gastronomica tra le più eclettiche al mondo, risultato di una secolare stratificazione di contaminazioni e dominazioni.

I sistemi alimentari si evolvono e affinano al pari delle civiltà di cui sono espressione, ciò determina le nette differenze tra il modello mediterraneo precristiano e i giovani modelli occidentali. Nel primo caso, il sistema agroalimentare, non subisce modifiche sostanziali nel corso dei secoli, rimanendo saldo il rapporto uomo-territorio. Dove la conoscenza della qualità dei prodotti, ha incoraggiato gli abitanti a preservare la biodiversità dei propri ambienti (Cantarelli, 2005). Nel nostro modello alimentare si distinguono specificità immateriali e altre materiali, tra cui le caratteristiche igienico sanitarie in termini di sicurezza alimentare, che si possono ricondurre alle espressioni storiche delle produzioni siciliane e al forte legame con la cultura mediterranea.

In Simenza queste precondizioni rappresentano una perfetta sintesi tra tutela e valorizzazione dell'agrobiodiversità, salvaguardia della salute, recupero alla coltivazione di aree marginali e argine all'erosione demografica. Il tratto distintivo di questi prodotti è rappresentato dalla passione di agricoltori, trasformatori e valorizzatori e dalla ricerca della qualità in tutte le sue declinazioni: organolettica, salutistica, tecnologica, nutrizionale, sensoriale, etc.

Ovviamente la realizzazione di queste prerogative passa attraverso un percorso produttivo e distributivo diverso da quello industriale, che però comporta un aggravio di costi che si traduce in prezzi di vendita superiori.

I produttori di Simenza, per la distribuzione dei prodotti delle proprie merci, prediligono affidarsi alla filiera corta, ovvero un sistema che offre l'opportunità di trovare prodotti di più elevata qualità e di maggiore sicurezza alimentare a distanze ridotte in punti vendita o mercatini distanti commercialmente dalle logiche della Grande Distribuzione Organizzata. Generalmente, i consumatori associano ai prodotti locali una maggiore freschezza e genuinità, un più stretto legame con il paesaggio, l'adozione di metodi di produzione sostenibili e una diversa tracciabilità. La freschezza e la genuinità dei prodotti sono messe in risalto dai cicli di produzione stagionali della natura (Bond et al., 2009).

Il consumatore associa al "prodotto locale" anche la caratteristica dei metodi di coltivazione, di allevamento e di trasformazione sostenibili, un'adeguata remunerazione del lavoro, il rispetto delle norme di benessere animale e la storia da cui è stato originato, la personalità e l'etica del produttore, l'attrattiva dell'azienda agricola e del territorio rurale.

L'elevato impatto ambientale, dovuto alle tecniche agricole di produzione intensive e ai trasporti su grandi distanze, porta il consumatore ad apprezzare i metodi di produzione sostenibili caratterizzati da più bassi input e ridotte emissioni di gas serra (Abatekassa e Peterson 2011; Paradiso, 2010).

Il contadino di Simenza tende ad avere un rapporto privilegiato con il contesto e la comunità circostante e conosce direttamente chi consuma i frutti del suo lavoro. In quest'ottica il ruolo del consumatore diventa centrale e sinergico sia per il sostegno alla sua attività produttiva che per la definizione delle scelte produttive. Una sinergia, quella appunto tra contadino e comunità, che nel tempo si è logorata ed è stata progressivamente sostituita dalla flessibilità e dalla velocità del rapporto tra produzione e consumo che caratterizza la Grande Distribuzione Organizzata.

La filiera corta, dunque, non è solo una moda, in un momento in cui la crisi economica ha indebolito prima di tutto la capacità di acquisto delle famiglie; se, da un lato, questa forma di commercializzazione consente all'agricoltore, solitamente anello debole della filiera, di riappropriarsi del suo ruolo attivo nel "sistema" del cibo, con l'attribuzione del giusto prezzo per le sue produzioni e la garanzia di sbocchi di mercato, dall'altro essa diventa strumento di sostegno del consumo alimentare, oltre che una risposta alla crescente domanda di prodotti agroalimentari naturali e di qualità elevata.

Simenza sta cercando di sviluppare e promuovere questo modello di produzione e distribuzione, confidando che la veicolazione delle informazioni, il rapporto diretto tra produttore e consumatore anche in situazioni dove non c'è prossimità fisica, possano raccontare la storia del prodotto e del produttore.

Il progetto dell'Associazione passa anche attraverso percorsi formativi che coinvolgono tutti gli stakeholder, indispensabili per aumentare e condividere le informazioni e per migliorare in tutti gli aspetti legati alla produzione e distribuzione.

Anche per questo, l'adozione di canali social e internet rappresenta un veicolo importantissimo per la promozione delle attività e dei prodotti degli associati, un esempio tangibile di retroinnovazione.

Abatekassa G., Peterson C. H. (2011), Market Access for Local Food through the Conventional Food Supply Chain, 2011-02-15, Series/Report no.:14-1., Goldsmith P.D. (a cura di), International Food and Agribusiness Management

Bond J.K., Thilmany D., Bond C. (2009), What Influences Consumer Choice of Fresh Produce Purchase Location?, Journal of Agricultural and Applied Economics, 41,1

Cantarelli F., (2005). I tempi alimentari del Mediterraneo (Volume I: I tempi della cultura; Volume II: I tempi dell'economia), Franco Angeli, Milano, 2005.

Columba P., (2014). Il grano duro e la filiera siciliana della pasta. 2014

Paradiso C. (2010). La filiera corta, Newsletter di sociologia, Università di Torino

Agricoltura partecipata, identità territoriale e rivitalizzazione rurale: l'esperienza di Castel del Giudice

Barbara Forcina

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

Simone Gentile

Azienda Agricola Melise

"Il cibo ha dato nuova identità al territorio, attivato le intelligenze locali, dato ai giovani la consapevolezza che il futuro è ricostruibile"

Castel del Giudice è un piccolo comune dell'Alto Sangro molisano di 1.600 ettari di superficie, di cui il 60% a bosco, caratterizzato da forte spopolamento (dai 1.500 abitanti degli anni '60 agli attuali poco più di 300), natalità pressoché nulla, progressivo abbandono di strutture e terreni e degrado del paesaggio. Eppure, politiche e pratiche sostenibili di sviluppo agricolo, economico e sociale lo hanno reso un esempio virtuoso a livello nazionale, come testimoniato dalla lunga lista di riconoscimenti e premi ricevuti: primo comune del Molise ad avere ottenuto la certificazione ambientale, premio "Futuro italiano" di Legambiente, Anci e Symbola per l'innovazione territoriale, premio Angelo Vassallo di Legambiente, Anci, Slow Food, Libera, Comune di Pollica e Federparchi per le buone pratiche di sviluppo ecosostenibile, premio internazionale "Fabbrica nel Paesaggio" per la valorizzazione e salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio, premio Comuni Virtuosi per la categoria "Gestione del territorio" per le iniziative di recupero di terreni e strutture abbandonate, premio della Biennale dello Spazio Pubblico per il progetto di riqualificazione e riconversione di stalle e fienili, pre-



mio Cresco Award Città sostenibili per la categoria "Sostenibilità economica" per aver messo in atto tutti i diversi interventi integrati di cui sopra mirati a frenare lo spopolamento.

La rinascita del piccolo borgo parte da una reinterpretazione del territorio che ha inizio nel 2000 con l'avvio di un articolato processo d'innovazione istituzionale e socio-economica.

Sotto la guida di un sindaco tenace e lungimirante, Lino Gentile, ancora oggi in attività, l'amministrazione di Castel del Giudice non si è rassegnata a un destino di spopolamento, si è attiva per escogitare e coordinare soluzioni di sviluppo sostenibile, ha puntato su ciò che il paese offre e ha trasformato marginalità e criticità in ricchezza e opportunità di lavoro, soprattutto per i giovani.

Il punto di forza è stato il coinvolgimento diretto di tutta la cittadinanza e degli imprenditori locali in innovative iniziative di azionariato popolare e pubblico-privato finalizzate a ricomporre gli equilibri sociali, economici e ambientali ripartendo dalle risorse messe a rischio dall'abbandono:

- la scuola elementare chiusa per mancanza di iscritti è stata riconvertita in residenza sanitaria per anziani e disabili (società San Nicola) per un totale di 34 posti letto;
- i terreni agricoli incolti e abbandonati da lungo tempo hanno consentito di dare vita, nel 2003, alla società agricola Melise Srl che produce, trasforma e commercializza mele biologiche e che ha da poco impiantato la coltivazione di orzo e luppolo di qualità per poi produrre birra biologica e che inserirà con progetti lavoro anche alcuni migranti dello Sprar, e, di recente, sia alla prima Cooperativa di Comunità Agricola del Molise (Artemisia), che coltiverà frutti di bosco, erbe spontanee, aromatiche ed officinali, gestirà un laboratorio per la produ-

zione di marmellate, composte e succhi di frutta e coinvolgerà anche i migranti, sia ad una azienda agricola (MaCUBO) che produrrà un prodotto autoctono ma distintivo, la patata viola;

- le stalle e i fienili inutilizzati sono stati recuperati utilizzando pietra locale e materiali originari e trasformati in un albergo diffuso dotato di 25 unità abitative indipendenti, due sale meeting, centro benessere e un ristorante dove si servono quotidianamente prodotti a km 0, provenienti dall'orto proprio e da produttori locali, tra cui la stessa Melise, si propongono anche corsi di cucina e degustazioni di vino e specialità locali.

Il legame tra produzioni agricole di qualità e territorio è, quindi, particolarmente rilevante nel modello di sviluppo di Castel del Giudice. Ed è la melicoltura biologica a rappresentare il caso più emblematico della resilienza e del risveglio della comunità locale, in quanto, pur non essendo una produzione tipica della zona, ha agito da volano ed è oramai profondamente radicata nel contesto economico e sociale locale.

La coltura delle mele si è sviluppata, infatti, solo a partire dal 2000 dall'idea di un imprenditore veneto che ne ha prima introdotto e poi ben presto abbandonato la pratica. Le condizioni pedoclimatiche ne hanno comunque favorito l'attecchimento e, con la costituzione della Melise, partecipata da una cinquantina di soci locali e dall'amministrazione comunale, la melicoltura si è diffusa pian piano su tutto il territorio grazie alla disponibilità dei proprietari dei terreni incolti e abbandonati che hanno concesso i propri terreni anche al solo scopo di vederli di nuovo curati e produttivi. La Melise ha iniziato con 15 ettari di meli Golden Lasa riqualificati dopo una fase di abbandono ed è arrivata oggi a rappresentare la principale azienda agricola biologica dell'Alto Molise. Attualmente ha assunto quattro operai stabili e una





quindicina di operai stagionali, conduce 50 ettari di terreno in affitto, pratica solo coltivazione biologica e gestisce anche un campo museo di un ettaro con più di 50 varietà di piante antiche del Molise. Produce principalmente di mele, ma anche susine, ciliegie, pere, orzo e luppolo.

Sono 40 gli ettari coltivati a meleto: circa centotrentamila piante di tredici varietà diverse, tra cui Golden Lasa, Golden Delicus, Golden Orange, Sansa, Gala Galaxi, Fuji, Red Chief, Renetta e anche tre varietà autoctone molisane (Limoncella, Zitella, Gelata), tutte irrigate con moderni impianti a goccia alimentati da un laghetto artificiale creato negli anni '70 e gestiti con il supporto dei dati di una stazione meteorologica che misura venti, pioggia, umidità e insolazione. Inoltre, dopo un primo momento di vendita all'industria di trasformazione, la Melise si occupa direttamente anche della commercializzazione in filiera corta del prodotto da banco (vendita diretta, mercatini, Gruppi di Acquisto Solidali) e della trasformazione conto terzi del prodotto di seconda e terza scelta in marmellate, succhi e puree privi di conservanti, addensanti, coloranti e acidificanti.

I meleti hanno radicalmente modificato il destino dell'area, permettendo di insediare attività produttive, di porre le basi per un'agricoltura veramente sostenibile, di fornire preziosi beni comuni. In primis, la certificazione biologica, la commercializzazione in filiera corta e la riscoperta e valorizzazione delle varietà tradizionali favoriscono l'accesso a mercati di nicchia interessati alle ottime caratteristiche organolettiche e alla genuinità, salubrità e tracciabilità dei prodotti. In secondo luogo, la riscoperta di antiche varietà colturali rappresenta un importante patrimonio di biodiversità agronomica e un rinsaldamento della cultura e dell'identità del territorio. Infine, la distribuzione omogenea su tutto il territorio comunale ha modellato un nuovo immaginario del paesaggio locale.

Ma ancor più rilevante è l'effetto moltiplicatore che tutto ciò ha innescato: la richiesta di altri prodotti del territorio (come il tartufo), il ripristino della viabilità interpodere comunale, il miglioramento della qualità della vita, oltre che della biodiversità, della qualità del paesaggio e dell'assetto idrogeologico.

Grazie ad una strategia coerente fatta di interventi progressivi collegati e supportati dall'integrazione a valle di risorse pubbliche (straordinarie e ordinarie) e private, la piccola comunità di Castel del Giudice si è diretta, a piccoli ma decisi passi, verso una nuova vita, dimostrando che la coesione di pubblico e privato su obiettivi condivisi e l'attenzione diffusa allo sviluppo di produzioni agricole di qualità possono contribuire grandemente a rivitalizzare il territorio, e testimoniando che, cambiando occhiali, le criticità possono diventare elemento di forza e l'abbandono può equivalere a disponibilità di risorse inutilizzate. È questo il modello da emulare: un ampio e graduale progetto integrato di sviluppo ecosostenibile, condiviso e portato avanti con il sostegno e l'accompagnamento delle istituzioni e il contributo attivo e consapevole di tutta la comunità, fondato sulla riscoperta identitaria, sul recupero e rifunzionalizzazione innovativa di risorse latenti, sul rispetto e sulla tutela dell'ambiente.

Per saperne di più:

Azienda agricola Melise

<http://www.biomelise.it/>

Comune di Castel del Giudice

<http://www.comune.casteldelgiudice.is.it/>

I prodotti tipici come "milieu innovateur"



Carlo Ricci

GAL - Maiella Verde

Raffaella Di Napoli

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

Il GAL Maiella Verde, fin dalla prima edizione di LEADER ha affrontato la questione dei prodotti tipici con tutti gli approcci possibili: miglioramento della qualità e della sostenibilità dei prodotti e dei processi produttivi, iniziative di valorizzazione locale e extra locale, miglioramento dei mercati, partecipazione a reti più ampie, creazione di marchi d'area, ecc. Quando sembrava non ci fosse null'altro da fare è nato, mettendo a frutto tutta l'esperienza acquisita, un nuovo progetto integrato "10 prodotti da salvare", da cui sono nate 11 Comunità di Prodotto.

Il GAL Maiella Verde, ispirandosi alle comunità del cibo di slow food, voleva superare la logica che pone il cibo come "...commodities, beni di consumo senza anima senza più valore simbolico" (cfr Carlo Petrini) si prefissava di raggiungere due importanti risultati. Il primo, l'attivazione di processi di sviluppo "generativo", ovvero di processi dinamici localizzati di

apprendimento collettivo. Grazie alla creazione di Comunità di prodotto (CP), costituite di network fra gruppi di attori locali (non solo agricoltori o produttori ma anche rappresentanti di associazioni, amministrazioni locali, esperti, ricercatori e singoli cittadini appassionati) si è creata vicinanza fra fonti di conoscenza per la generazione di innovazione nelle piccole imprese e sociale a livello territoriale.

Le CP sono state, e ancora sono, uno strumento di recupero e promozione di un prodotto identitario e, soprattutto, un luogo di incontro e di fertilizzazione incrociata dove tutti gli attori (economici e non) beneficiano del facile scambio di informazioni e di trasmissione della conoscenza tacita reso possibile da incontri faccia-a-faccia.

Il secondo risultato, collegato al precedente, è la determinazione delle condizioni per la creazione di un "mercato di comunità" ovvero di un governo delle

transazioni intermedio tra il puro mercato e le comunità locali, dove le informazioni necessarie alle transazioni trovano riferimento sia nel sistema dei prezzi, sia in un codice di comportamento implicito, interiorizzato e socializzato dai soggetti. Le CP hanno creato un indissolubile legame tra aspetti economici, territoriali e sociali; il reciproco integrarsi di forme di cooperazione e di concorrenza; la presenza di una struttura di governance, ossia di agenti sia economici sia sociali locali e di istituzioni. Tutto questo si traduce in un'azione collettiva di supporto che agisce a salvaguardia del buon funzionamento della produzione e del mercato.

Le comunità di prodotto

Il progetto ha visto, nel corso di poco meno di due anni, un'intensa attività da parte del GAL e degli oltre 200 membri delle Comunità di Prodotto che portato alla realizzazione di un investimento complessivo di 1.857.063 di euro, per il 68% sostenuto con risorse della Strategia Locale Leader e il restante con risorse private.

Prima di tutto è stata effettuata, dal GAL, con la collaborazione attiva delle Associazioni di categoria associate (Coldiretti, CIA, CNA e Confesercenti), una ricognizione su oltre cinquanta tra varietà vegetali ed animali autoctone e prodotti della trasformazione. Sulla base di questa mappatura sono stati individuati 12 prodotti e per ognuno è stata verificata l'esistenza di una comunità di soggetti e la loro reale motivazione a collaborare per portare avanti una strategia di valorizzazione. Le dieci CP selezionate rappresentano una gamma di prodotti molto diversi si va da varietà locali tipiche a prodotti di natura puramente artigianale e, in un secondo tempo, alla lista dei "Dieci sapori da salvare" si è aggiunta un'undicesima CP, Terre Ospitali, dedicata alla rete di supporto al turismo enogastronomico.

I membri delle Comunità, con il supporto del GAL, hanno predisposto uno studio di fattibilità per definire le priorità di intervento in termini di caratterizzazione, protezione e promozione. Questi studi hanno rappresentato un primo momento di coesione e mobilitazione collaborativa tra i membri delle CP dando così avvio ad un metodo di lavoro che è proseguito durante l'attuazione.

Le attività realizzate possono essere ricondotte a due categorie principali:

a) progetti di cooperazione delle Comunità di Prodotto. Si tratta di attività di caratterizzazione, protezione e comunicazione attuate "a titolarità GAL" sulla base delle strategie definite dalle Comunità di Prodotto;

b) singoli investimenti aziendali. Si tratta di opera-

L.E.A.D.E.R.

Acronimo di Liasion Entre Actions de Development de l'Economie Rural (collegamento tra le azioni di sviluppo dell'economia rurale), è lo strumento più importante e innovativo delle politiche comunitarie per lo sviluppo locale integrato e sostenibile dei territori rurali. Si basa sul cosiddetto approccio "bottom-up" e pone al centro dell'attenzione i GAL (Gruppi di Azione Locale costituiti da un partenariato pubblico - privato) che hanno il compito di elaborare e realizzare una SSL - Strategia di Sviluppo Locale innovativa, multisettoriale e integrata.

Il GAL Maiella Verde è operativo fin dalla prima programmazione di LEADER (1991-93).

zioni a bando, per piccoli investimenti coerenti con le strategie (miglioramenti di processo, sistemi di packaging, punti di vendita, siti web ecc.), realizzati da imprese partecipanti alle Comunità di Prodotto.

Non è stata fatta un'analisi dettagliata dell'effetto leva prodotto dall'investimento, ma è emerso chiaramente come esso abbia favorito una grande mobilitazione di energie permettendo di realizzare un programma di rigenerazione molto intenso che, oltre alle realizzazioni dirette, ha dato origine ad altre attività (spin off) non finanziate dalla strategia LEADER. I numeri non rendono giustizia al progetto perché i risultati maggiori sono in termini di cooperazione e apprendimento collettivo, cambiamenti comportamentali e miglioramento della governance. Infatti, i risultati della valutazione ex-post realizzata sul progetto "10 sapori dal salvare" evidenzia che, nella percezione degli attori coinvolti, oltre ad avere un forte effetto sul valore del prodotto, ha permesso, con differenze fra le diverse CP, di aumentare il livello di partecipazione degli individui a favore di azioni collettive e la reale capacità di sviluppare reti sia tra le aziende all'interno della singola comunità sia tra le comunità.

Insomma, il progetto ha creato un insieme di relazioni economiche e sociali stabili caratterizzate da un clima di fiducia e collaborazione che a due anni dalla fine del progetto continua ad alimentare le nuove partnership costituite nella promozione di attività di valorizzazione del proprio prodotto; stimolare l'avvio di nuovi servizi collettivi e nuove società di produzione e servizi.

1. Carciofo di Cupello - È un carciofo tipico (un eco-tipo locale del più diffuso Carciofo Romano o Romanesco) che, grazie a specifiche caratteristiche organolettiche, riscuote un ottimo successo commerciale sia fresco che nella versione di conserva sott'olio.

2. Dolci tipici da forno - Si tratta di una gamma di dolci tipici prodotti dai forni portatori di un forte valore identitario perché, nella tradizione locale, vengono preparati ed offerti in occasione dei banchetti organizzati per festeggiare le ricorrenze che caratterizzano la vita delle famiglie.

3. Drupacee del Vastese - La coltivazione delle drupacee (pesche, nettarine e albicocche) rappresenta uno degli orientamenti produttivi più importanti della collina litoranea e dei fondivalle del Vastese e del Sangro, il prodotto di punta è la "Pesca di San Salvo".

4. Cipolla piatta di Fara Filiorum Petri - Si tratta di una particolare varietà di cipolla bianca conosciuta come "cipolla piatta di Fara" coltivata e apprezzata da diversi secoli per le sue caratteristiche organolettiche in particolari appezzamenti di terreno alluvionale detti "Cipollari" nell'agro pedemontano del Comune di Fara Filiorum Petri.

5. Fico reale di Atessa - Si tratta di una particolare varietà di fico dotato chiamata "Caracine", particolarmente adatta all'essiccazione, pratica questa che, nel territorio atessano risale all'epoca romana ed ha rappresentato una voce importante nell'economia locale per molti secoli.

6. Olio EVO mono-varietale di Intosso - La coltivazione delle olive "Intosso" ('ndoss'), è diffusa nell'alta collina delle province di Chieti e Pescara. A questa varietà, in passato utilizzata prevalentemente come oliva da mensa, si ricava un olio extravergine d'oliva da un fruttato delicato ed armonico che risponde benissimo alle "esigenze gustative" dei consumatori di oggi

7. Peperone dolce di Altino - Il Peperone dolce di Altino è un peperone dolce caratteristico che cresce con i frutti rivolti verso l'alto di colorazione rosso porpora, che viene essiccato e confezionato in "serte" o ridotto in polvere per essere usato in moltissimi piatti della cucina popolare Frentana e nella produzione della Venticina del Vastese.

8. I salumi frentani: Salsicciotto Frentano e Salsiccia a Campanella - Sono salumi della tradizione contadina delle valli del Sangro e dell'Aventino. Il primo è un salume stagionato pressato realizzato con tagli pregiati ed affinato sotto strutto. La Salsiccia a Campanella, di carne o di fegato, è una salsiccia stagionata, a forma a ferro di cavallo che ricorda le campanelle dei bovini al pascolo.

9. Venticina del Vastese - È un salame a lunga stagionatura, prodotto con carni suine tagliate a mano, conciate con sale, peperone secco e fiore di finocchio ed insaccate tradizionalmente nella vescica del maiale che gli fa assumere la tipica forma ovale. Al taglio si presenta di grana grossa con la caratteristica colorazione rosso arancio data dal peperone.

10. Vino Cotto - Il Vino Cotto rappresenta il nettare più pregiato della famiglia contadina. Si ottiene con un processo lungo e laborioso: il mosto viene concentrato in caldaia a fuoco vivo, poi "rabboccato", fatto fermentare e quindi invecchiato in botte anche per diverse decine di anni.





Dai distretti rurali e agroalimentari di qualità ai distretti del cibo

Roberto Fanfani, Elisa Montresor, Francesco Pecci
Università di Bologna

Nella Legge di Stabilità per il 2018, pur con un finanziamento limitato, sono state inserite alcune norme inerenti i “distretti del cibo”, come un ulteriore strumento a sostegno dei territori e delle comunità, che integrano e sostituiscono l’art. 13 del DL 228/2001, che aveva previsto i distretti agroalimentari di qualità e rurali. Si tratta di un’estensione degli strumenti di pianificazione territoriale già delegati a livello regionale, ma con alcune novità sostanziali.

Il pensare il sistema del cibo a livello regionale richiede di superare una visione settoriale e valutare invece l’insieme dei sistemi territoriali, quali ambiti di integrazione e di azione collettiva per coglierne le potenzialità, ma anche come un bacino alimentare a servizio della popolazione. In altre parole i distretti del cibo dovrebbero essere identificati come un “insieme coerente di catene agroalimentari situate in un’area geografica con una dimensione regionale, o sub-regionale e con una governance locale”.

Dagli inizi degli anni Novanta, un gruppo sempre più ampio di economisti agrari ha indagato le comples-

sità e l’eterogeneità a livello territoriale del sistema agroalimentare italiano mutuando dall’economia industriale il concetto di “distretto”, proposto da Marshall e ripreso da Becattini, Brusco e da numerosi altri studiosi nell’ambito della problematica territoriale dello sviluppo. Solo in base alla legge 317/1991 furono istituiti i distretti industriali, ma al loro interno pochi furono quelli con vocazione agroalimentare, nonostante il loro significativo contributo allo sviluppo di molti sistemi territoriali.

Il già citato DL 228/2001 ha introdotto anche nell’agroalimentare lo strumento distrettuale definendo sistemi agroalimentari di qualità, quelli con processi d’integrazione e di interdipendenza con l’industria di trasformazione, mentre nei distretti rurali è sottolineato il ruolo della multifunzionalità, attraverso la diversificazione dei processi e una crescente integrazione con altre componenti del territorio.

Nonostante i risultati raggiunti dalle diverse metodologie utilizzate, da quelle dei Sistemi locali del Lavoro a quelle “bottom-up”, nelle indagini sono emersi alcuni limiti:

a) la carenza principale si riferisce al fatto di non aver esplorato a fondo la “diversità” dell’agroalimentare, rispetto ad altre componenti economiche. Il sistema agroalimentare è di per sé fortemente eterogeneo, in quanto rappresenta la somma di filiere assai diversificate, talora completamente slegate fra di loro, fin dalla fase produttiva, talora con fasi strettamente connesse, nella logistica e/o distribuzione. Le differenziazioni riguardano le strutture produttive, il grado di collegamento fra la componente agricola e il livello di trasformazione incorporato nei prodotti alimentari, le diverse modalità con cui le imprese e territori si rapportano alla distribuzione ed ai rilevanti mutamenti nei modelli di consumo alimentare;

b) l’attenzione non è stata rivolta in misura sufficiente all’individuazione di sistemi locali, imperniati su altre interrelazioni che l’agricoltura è in grado di realizzare con le componenti del sistema economico ed ambientale, compresi ora nei distretti del cibo;

c) infine, i modelli hanno utilizzato spesso metodologie di tipo empirico, che non hanno caratteristiche di univocità e quindi confrontabilità nel tempo e nello spazio. Il ruolo delle istituzioni locali è stato inoltre spesso trascurato nella definizione dei confini più appropriati dei potenziali distretti agroalimentari, soprattutto per la coesistenza di sovrapposizioni di differenti ambiti istituzionali, dai progetti integrati regionali, alle vecchie “comunità locali”, a quelli dei gruppi di azione locale (GAL) e oggi delle zone interne, a cui si aggiunge il ruolo non secondario dei Consorzi di tutela dei prodotti DOP e IGP.

Questi punti di criticità hanno comportato che attualmente in Italia sono stati riconosciuti soltanto 37 distretti: 22 agroalimentari e 15 rurali.

Le tipologie di distretti del cibo previste nella legge di Bilancio che le Regioni dovrebbero individuare nei loro territori, oltre a quelli rurali che rimangono inalterati, sono i seguenti:

a) i sistemi agroalimentari di qualità, anche con una dimensione interregionale, in cui possono coesistere più produzioni a denominazione di origine. Al loro interno sarà necessario valutare il ruolo degli attori dei singoli disciplinari, ma anche le relazioni o le eventuali conflittualità, incentivando le iniziative volte a presentare collettivamente i prodotti, che vanno dal ruolo dei Consorzi di tutela, alle Associazioni, fino alle iniziative, quali le Strade di vini e dei sapori, le fiere/sagre di prodotti locali, nonché la presenza di agriturismi, di ristorazione diffusa, legata alle produzioni tipiche locali e alla presenza di borghi e paesaggi di particolare interesse anche culturale;

b) i distretti biologici, cioè territori a spiccata vocazione agricola, con elevata presenza di processi di

produzione “certificati” con obiettivi che vanno oltre agli aspetti produttivi, quali quelli organizzativi, con presenza di capitale umano in grado di condividere finalità e predisposizione all’innovazione, nonché aspetti ambientali (pregio e/o fragilità ambientale, biodiversità agricola);

c) i sistemi territoriali in cui sono presenti numerose imprese di trasformazione, di piccola e grande dimensione, con spazi economici che vanno oltre i confini regionali, e con differenti legami con le produzioni regionali;

d) i sistemi del cibo urbani e periurbani, in cui rientrano non solo le differenti forme di orti regolamentati o spontanei, ma anche gli spazi agricoli, con presenza più ampia nelle aree periferiche, spesso collegate all’agricoltura dei comuni periurbani. Queste produzioni sono spesso commercializzate sia nei mercati a chilometro zero, sia nei farmers’ market, in alcuni casi inclusi nella Grande Distribuzione, sia infine attraverso forme alternative di vendita e distribuzione (GAS).

Tradurre in pratica le norme relative ai “distretti del cibo” si presenta dunque come un percorso complesso e che difficilmente potrà condurre al connotato di distretto, cui nella letteratura si fa riferimento, dato che essi sono il risultato di un coacervo di variabili che nei territori si sovrappongono, ma spesso non disponibili a livello disaggregato nelle statistiche ufficiali e in quelle di carattere amministrativo.

Se uno degli obiettivi dello strumento legislativo è quello di rendere i territori più resilienti nella ricerca di una maggiore autosufficienza alimentare, l’analisi si potrebbe configurare come una ricerca dei punti di forza e di debolezza nei territori sotto questo aspetto. I distretti del cibo potrebbero costituire una nuova configurazione di gestione basata su reti locali di aziende agricole, industrie di trasformazione e di servizi che mettono in comune le risorse locali, tenuto conto dei vicini bacini di consumo e fondate su criteri di sviluppo sostenibile, diminuendo il rischio di delocalizzazione delle attività produttive.

D’altro canto non si può però dimenticare che negli ultimi decenni il sistema agroindustriale di produzione e consumo di massa, specializzato, concentrato e globalizzato, basato su grandi imprese industriali e commerciali, e allo stesso tempo su una miriade di imprese trasformatrici e della ristorazione, hanno consentito di migliorare la qualità dei prodotti alimentari e la valorizzazione degli aspetti collegati all’origine, alle tradizioni enogastronomiche e culturali. Occorre dunque valutare anche come i singoli sistemi territoriali possono rapportarsi competitivamente nelle catene globali alimentari, pur mantenendo una sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Lingua, storia culturale e alimentazione etnolinguistica



Salvatore C. Trovato
Professore e linguista

Si sa. La lingua è un deposito notevole di cultura e le parole del cibo che qui esaminiamo fanno parte dei preziosi materiali contenuti nello scrigno che ci apprestiamo ad aprire, mostrandone alcuni gioielli.

E tale è il caso, ad esempio, dei nomi dei grani cosiddetti “antichi”, come il siciliano dimimia e triminia e delle numerose varianti che, perdutasi la motivazione delle forme più antiche, si sono oscurate e sono diventate pura “etichetta”, come è il caso di trimilia, tummilia, tumminia e finanche – pare il più gentile e preferito – timilia.

In realtà triminia (è questa la forma etimologica) è un grano marzuolo, un grano cioè che si seminava a marzo e che era possibile raccogliere, già maturo, dopo tre mesi o, in alcuni casi e ad altitudini basse, anche (forse) in poco più di due mesi. La parola, da questo punto di vista è trasparente: triminia è una parola di origine greca – trimēniāios –, che vuol dire, appunto ‘(grano di) tre mesi’, là dove diminia è lo stesso grano, ma di ‘due mesi’. Venuta meno la motivazione originaria, per il cambio di lingua in Sicilia (dal greco al latino), l’originario triminia si incrociò con tumminu ‘misura per aridi tra 12 e 16 chili’, ed ecco venir fuori tumminia. Alle altre forme hanno pensato vari

processi fonologici che non è il caso di ricordare in questa sede.

Il bidì, poi, un pregiato grano duro, insieme alle sue numerose varianti del tipo birì, bilì, bivì, budì e finanche (in alcune aree) bidè, non è altro che un nome che muove da un acronimo: “B.D.”, scritto sui sacchetti importati nell’Ottocento dalla Tunisia. Un acronimo che, sciolto, non è altro che il francese blé dur e cioè ‘grano duro’.

Potremmo ancora continuare coi nomi dei grani antichi. Ma, credo sia ora il caso di ricordare il nome di due prodotti del grano: i sicc pistolu/pistoletta nome di una forma di pane di farina bianca e nocàtole o nucàtole, nome di una dolce particolare.

La prima, pistoletta, è parola ben rappresentata in area siciliana, dove si ritrovano termini della stessa famiglia come pistola, pistolu e pistoru ‘pane di forma allungata’.

Al di fuori della Sicilia, in area galloro-manza, si ritrova (con non poca sorpresa), nella stessa forma diminutivale del siciliano, la parola pistolet, che, nel dialetto di Bruxelles, è il nome di un ‘piccolo panino al latte’ che si consuma a colazione (Littré III, s.v.). Le due forme, pur così geograficamente lontane, ri-

specchiano una stessa base latina, l'unica che può motivare e coprire l'enorme distanza che corre tra la Sicilia e il Belgio.

E la base latina, o l'ambito etimologico al quale possono ricondursi *pistoletta* e *pistolet*, è certo costituita da *PISTORIUS*, che, nel mondo romano, è il 'fornaio/pasticciere, deputato alla preparazione di pane e focacce. La concordanza tra *Pistorio* e *Pfister*, cognomi diffusi, rispettivamente, in Sicilia e lungo il confine tra l'antica Gallia e la Germania, ed entrambi continuatori di *PISTORIUS*, danno fondamento all'ipotesi di spiegazione di *pistoletta* e *pistolet*.

Oggi che in Sicilia il tipo *PISTORIUS* ha ceduto il passo a *FURNARIUS*, e i derivati di *PISTORIUS* sono ormai immotivati, i nomi delle forme di pane già ricordati vengono rimotivati, anche in sede lessicografica, con il riferimento a *pistola*. È questo il motivo per cui la -R- etimologica è divenuta -l- sia nella forma siciliana che in quella belga.

Altra parola cui voglio riservare attenzione è il sic. *lanjari* 'fare in pezzi, ad es. la carne nel piatto, senza mangiarla, rovinandola' e 'lacerare, strappare.

Questa parola, allo stesso modo della corrispondente italiana *laniare* e della prefissata *dilaniare* (< dis- + *laniare*), con significati analoghi, va riportata al lat. *LANIARE* 'id.'. Nulla di particolare fin qui, almeno per quel che riguarda il significato. Diverso è il caso, se consideriamo la storia della parola siciliana rispetto alle forme italiane e se rapportiamo le forme, siciliana e italiane, al latino. Infatti, se la forma italiana, come ben mettono in evidenza i lessicografi, non può non essere una parola dotta – De Mauro la data al XIII sec. e il Sabatini-Coletti a ragione la dichiara dotta rispetto alla corradicale *lagnar(s)* – la voce siciliana è, invece, di tradizione popolare. Non tanto perché anche nel sic. -NJ- non possa diventare <gn>, ma perché la forma siciliana si fonda su una base quadrisillabica *LA.NI.A.RE*, piuttosto che su una trisillabica, *LA.NIA.RE*, come avviene per la forma italiana.

La prova, ove ve ne fosse bisogno, si fonda sulla 3ª pers. dell'ind. pres.: *lania* in italiano, ma *lanjari* in siciliano. Il significato legger-mente negativo della forma siciliana, certamente dovuto al filtro della cultura cristiana, è una prova ulteriore della filiera ininterrotta della variante siciliana.

È utile ricordare, infine, che *LANIARE* è un denominale di *LANIUS*. Che era in latino il macellaio sacrificatore, il macellaio, cioè, che aveva il compito di fare in parti l'animale macellato per i sacrifici alle divinità. Anche qui, come nel caso precedente di *PISTORIUS*, vediamo sopravvivere nelle lingue e nei dialetti attuali elementi di culture antiche che, dentro le parole, preziosi scrigni di storia, giungono fino a noi.

E veniamo ora a *nucàtola*. Si tratta di un dolce a base di pasta di mandorle, variamente confezionato nelle

varie parti dell'isola. Sembra di facile spiegazione: in *nucàtola* si intravede, tolto il suffisso -ola (-ula in dialetto), una base *nucat-* in cui è evidente *NUCATUM* 'fatto con noci'.

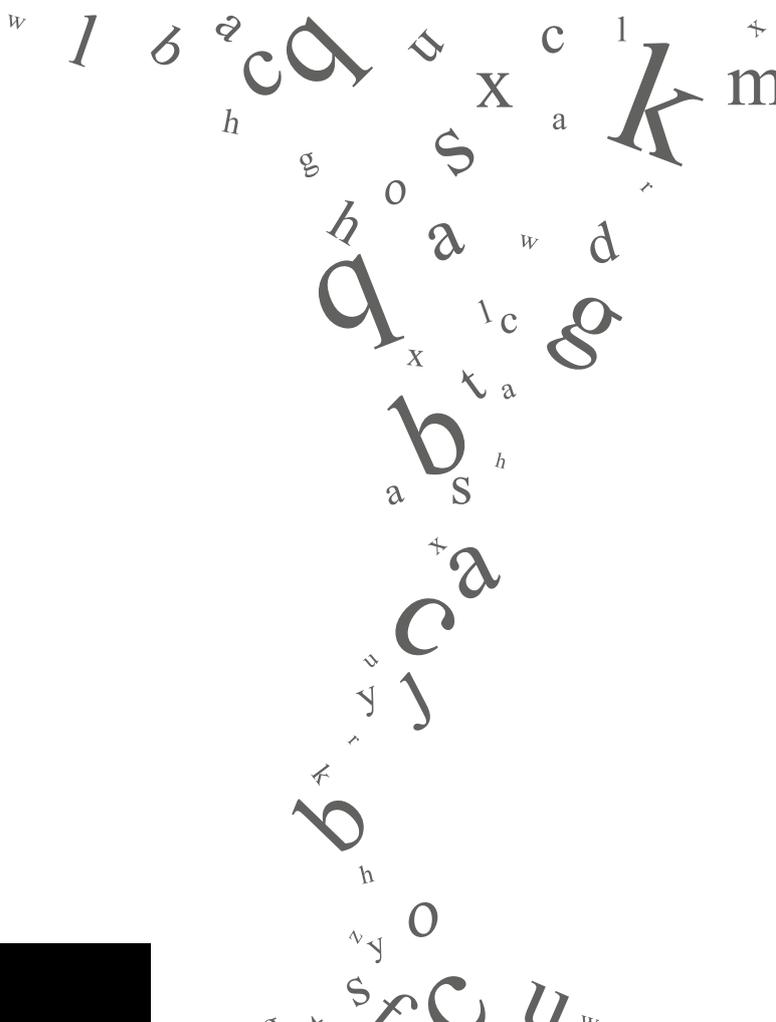
La prima obiezione che a questa spiegazione può essere fatta è che le noci non sono affatto usate a confezionare il prodotto. A meno di pensare che un tempo le *nucàtole* si facessero con le noci.

La risposta, però, la troviamo nei vocabolari latini.

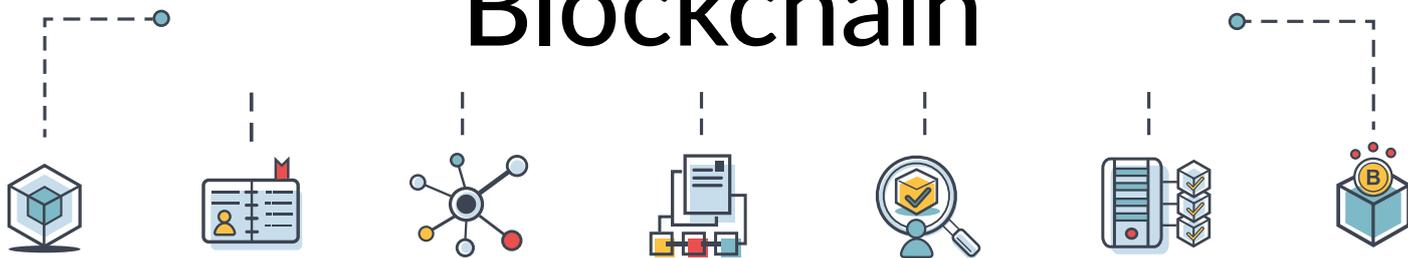
Da uno, cinquecentesco, di Nicolò Valla, si apprende – traduco e riduco – che «molte sono le specie di frutti con guscio duro: la noce, la mandorla, la nocciola, la castagna e la ghianda» e che noci si chiamano «invero quei frutti che sono ricoperti da un involucro duro». Peraltro, anche il classico *NUX* è qualsiasi frutto dalla scorza dura. Ne segue che la *nucàtola* può benissimo essere fatta con le mandorle, fermo restando il nome.

La lingua sa conservare non solo parole di notevole spessore storico, ma anche significati che si sono mimetizzati all'interno di determinate parole, e il caso di *nucàtola* – oggi che si distingue tra *noce*, *mandorla*, *nocciola* ecc. – ce lo mostra in maniera chiara.

Ogni parola ha un suo DNA. E come il genetista studia le modificazioni del codice genetico derivanti dalle interazioni con l'ambiente circostante, allo stesso modo il linguista rileva nelle parole la storia culturale che le ha determinate e che nel corso dei secoli vi si è depositata.



Agrifood e Blockchain



Come rilanciare e proteggere il Made in Italy attraverso l'utilizzo della tecnologia Blockchain

Mario Cariello

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

Cos'è la Blockchain

La Blockchain è un protocollo di comunicazione che ha cominciato a diffondersi nel 2008 e ad avere una efficace implementazione nel 2009, fungendo da libro mastro pubblico della criptovaluta più famosa al mondo: il Bitcoin.

Dopo 10 anni dalla sua implementazione, su internet stanno cominciando a nascere nuovi utilizzi della Blockchain che potrebbero cambiare l'utilizzo del web in modo epocale.

I punti di forza della Blockchain

Il primo punto che caratterizza la Blockchain è sicuramente la sicurezza. La Blockchain è un database condiviso, decentralizzato, distribuito e criptato con precise regole di sicurezza. Ad oggi è uno dei sistemi di circolazione delle informazioni più sicuri che ci sono nel web.

La "catena di blocchi", letteralmente, è un insieme di singoli blocchi contenenti transazioni e informazioni. Ogni nuovo blocco creato può essere modificato solo con il consenso di tutti i partecipanti alla catena. La sicurezza è data sia dal controllo decentralizzato delle informazioni sia dal fatto che, una volta chiuso il blocco di informazioni, una copia del blocco stesso è presente in ogni nodo della Blockchain. L'immutabili-

tà e l'incorruttibilità dei dati di ogni singolo blocco di informazioni è garantita dal sistema; inoltre, il sistema è aperto e trasparente, ovvero, tutti i partecipanti possono vedere tutto in qualsiasi momento.

Applicabilità della Blockchain

Il sito www.blockchain4innovation.it ha stilato un nutrito elenco di ben 27 settori di applicabilità della Blockchain in ambito italiano, di cui si riporta di seguito una breve sintesi:

- Pagamento e trasferimento di denaro
- Titoli di studio, certificati accademici e trascrizioni di lauree e diplomi
- Voto elettorale online
- Finanza e assicurazioni
- Mercato immobiliare
- PA e Welfare
- Trasporti
- Agri-food

Tracciabilità dei prodotti e consumatori

In Francia, Carrefour ha deciso di cominciare ad utilizzare la tecnologia Blockchain in un settore animale emblematico del marchio: la catena di qualità Auvergne Chicken Carrefour.

I vantaggi dell'utilizzo di questa tecnologia sono molteplici. I benefici della Blockchain applicata alle catene alimentari sono numerosi: per i consumatori, risponde alla necessità di una maggiore trasparenza; per gli allevatori, consente di migliorare la loro produzione e il loro know-how; per il marchio, permette di condividere con tutti i suoi partner un database sicuro e di garantire ai clienti una maggiore sicurezza alimentare. Già applicato alla catena di qualità Auvergne Chicken Carrefour, sarà utilizzato in altri 8 settori animali e vegetali, come uova, formaggio, latte, arancia, pomodoro, salmone e carne macinata. Un sistema innovativo che garantisce ai consumatori la completa tracciabilità del prodotto.

Applicata al settore alimentare, la Blockchain consente a ciascun attore della catena di fornitura (produttori, trasformatori e distributori) di fornire informazioni sulla tracciabilità relative a ciascun lotto (date, luoghi, edifici per bestiame, canali di distribuzione, potenziali trattamenti, ecc.)

Concretamente, grazie al QRCode presente sull'etichetta del prodotto, il consumatore accede tramite il suo smartphone alle informazioni sul prodotto e sul suo corso, dal luogo di allevamento fino alla collocazione sullo scaffale. Ad esempio, per il pollo di Auvergne Carrefour Quality Network, il consumatore sarà in grado di conoscere il luogo e il modo di allevamento, il nome dell'allevatore, il cibo ricevuto (nutrito con cereali francesi e soia, senza OGM ...), l'assenza di trattamento (senza antibiotici ...), le etichette e il luogo del macello.

Come si sta muovendo il mercato dell'agri-food

Il mercato è in fermento ed il sistema, oltre che super collaudato, permette di innovare totalmente un reparto che in certi ambiti è rimasto a suo modo un po' desueto. Per esempio, Nestlè con i Baci Perugina, Barilla con il suo pesto, IBM, Coop e Seeds&Chips, hanno aperto una call for ideas sulla filiera delle uova. Con Foodchain, la Blockchain è entrata nel mondo del caffè con la torrefazione San Domenico.

Nell'ambito vitivinicolo, invece, segnaliamo la piattaforma di Tracciabilità della Filiera Vitivinicola 4.0 progettata per garantire agli operatori del settore e ai consumatori qualità, sicurezza e tutela dei marchi "Made in Italy". La piattaforma è frutto della collaborazione tra il Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo (Mipaaf), l'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (Agea), il Sistema Informativo Nazionale per lo sviluppo dell'agricoltura (SIN) con la partnership tecnologica di Almagora.

Un matrimonio che s'ha da fare

Il legame tra Blockchain e Made in Italy è la soluzione per il rilancio di tutto il comparto agri-food italiano attraverso 4 semplici step: Trasparenza, Tracciabilità,

Sicurezza e Marketing.

Innanzitutto, un primissimo impatto sulla conoscenza del prodotto Made in Italy, lo dà la trasparenza. Senza un sistema che garantisce la trasparenza delle informazioni non si può cominciare il vero cambiamento. Dentro la cornice tecnologica della trasparenza delle informazioni viene la tracciabilità del prodotto in ognuna delle sue fasi produttive e logistiche. La tracciabilità, infatti, non serve solo al consumatore finale come certificato ulteriore di garanzia e qualità del prodotto, ma anche al produttore per ottimizzare eventuali imperfezioni rilevate nell'iter produttivo.

Terzo punto fondamentale è la sicurezza. La storia delle cryptovalute ci ha insegnato che il sistema



Blockchain è uno dei più sicuri al mondo, con un rischio contraffazione pari a 0. Una volta validato e messo in rete un dato, esso non è più modificabile.

La Blockchain non solo permette al consumatore di accedere a tutte le informazioni del prodotto, ma consente anche alle aziende produttrici di poter fidelizzare, informare ed invitare i consumatori ad iniziative, eventi o visite all'azienda produttrice. In poche parole, si crea un legame particolare tra produttore e consumatore e una nuova linea di azione di marketing.

IL CIBO è AGRICOLTURA



Giuseppe Savino
VAZAPP



Alzi la mano chi scorrendo la lista dei canali non si sia imbattuto in un programma culinario dove è mostrato cibo in tutte le salse, in tutti i mari, in tutti i luoghi per parafrasare una canzone di qualche anno fa. Negli ultimi dieci anni ci siamo “abbuffati” di programmi di questo genere, ma ora forse occorre un buon nutrizionista che ci aiuti a fare una corretta fruizione di questa abbondanza. Nasce prima il cibo o il contadino? Meglio un uomo oggi che una burratina domani? Lo so sono domande esistenziali!

Ma servono sicuramente a farci interrogare e sorridere allo stesso tempo.

In principio era la terra, Madre Terra, che entra in contatto con delle mani, di uomo, che hanno imparato a renderla gravida di bontà.

In principio vi era una relazione tra uomo e terra, tra terra e uomo e nonostante non ci fosse nessuna tecnologia, si era innovativi nel creare la tradizione. Oggi è ancora tutto così? Oppure assistiamo ad

una sovraesposizione del cibo a scapito di un eclissarsi dei contadini, cioè di chi il cibo veramente lo produce?

Da questa domanda, che ci siamo fatti circa due anni fa, è iniziato un percorso che mai avremmo immaginato potesse riscuotere così tanto interesse.

Nell'era in cui tutti promuovono il cibo, abbiamo deciso di andare “controcorrente”: promuovere i contadini. Farlo con la cosa più intima che si possa fare nei loro confronti, ascoltarli, mettendoci da parte per far parlare loro, forse per la prima volta. Ma la cosa più interessante è il come e il dove. Per la prima volta un gruppo di giovani professionisti, dal basso, senza alcun tipo di finanziamento, decidono di andare a incontrarli nelle loro case, nei loro orari, al loro tempo. Così nasce Contadinner, la più grande operazione di ascolto dal basso mai fatta in Italia, una parola che mette insieme due parole, contadini e cena (dinner), mani e cibo,

persone e convivialità.

Mangiare è un atto agricolo che trasforma il cibo in relazione, mi verrebbe da dire. Chiediamo ad ogni contadino, che accoglie il nostro progetto, di ospitarci nella propria casa, con i nostri architetti e arredatori, lo aiutiamo a renderla bella, nel frattempo lui ci aiuta ad invitare i confinanti e chiede loro di portare e condividere il cibo che producono. Si potrebbe scrivere un libro sulle difficoltà di relazione che hanno tra di loro i confinanti, lì risiede una buona parte di psicologia che determina il successo o l'insuccesso dei territori. Nella misura in cui la relazione funziona, l'agricoltura cresce, laddove il vicino è un estraneo, i territori muoiono.

Ma torniamo a Contadinner. Scegliamo una data, di solito è un venerdì, prepariamo tutto nei minimi particolari, comunichiamo attraverso i social e sui giornali, annunciamo che ci sarà una cena speciale: “Sei mai stato a cena a casa di un contadino?”, “Hai mai ascoltato la sua storia e contemporanea-

#AGRICOLTURANELPIATTO

mente assaggiato il frutto di quella storia, cibo a km VERO?”

Sì, avete letto bene: km VERO. Dietro un prodotto c'è una persona, una storia, un vissuto. Il km Zero dice da dove viene un prodotto, ma non mette al centro chi lo produce, il km VERO, invece, mette al centro la persona. Se non l'hai mai fatto, vieni ne ascolterai addirittura venti!

Ad ogni cena il contadino può invitare un massimo di venti confinanti, e noi invitiamo persone interessate a storie e cibo, ed ecco che si realizza qualcosa di unico: una serata dove porti a casa il sapore dell'altro. Durante la cena i contadini siedono in cerchio, un facilitatore li aiuta a creare delle coppie a caso che hanno dieci minuti di tempo per parlarsi e, quando rientrano nel cerchio, ognuno racconta la storia dell'altro. Per la prima volta non si parla di sé stessi, ma del confinante, di colui che molte volte si è ignorato, di colui di cui molte volte si conosce poco o nulla, nonostante lo si incontri tutti i giorni. La serata prevede la compilazione di un questionario che viene poi rielaborato dai docenti dell'Università di Foggia, per sapere in tempo reale i sogni e i bisogni

dei nostri agricoltori.

In un anno e mezzo abbiamo terminato il percorso delle 20 cene, abbiamo incontrato ed ascoltato oltre 400 aziende e abbiamo una mappatura unica del territorio della provincia di Foggia (la più grande provincia per terreni coltivabili in Italia). Da queste cene sono nate cooperative, collaborazioni, relazioni di amicizia e nuovi percorsi insieme. È nata la fiducia tra i confinanti che ci raccontano che finalmente non ritengono più il vicino un estraneo. Molti degli ospiti che abbiamo accolto durante le cene hanno iniziato a comprare direttamente dagli agricoltori.

Conosci la storia, assaggi i prodotti, e instauri fiducia, crediamo che questa sia una formula vincente.

Questa esperienza ci insegna che sarebbe utile tornare all'ordine delle cose.

Un giorno lessi un tweet di un noto chef, Antonino Cannavacciuolo che diceva: "Ora sul palcoscenico ci siamo noi chef, ma tra dieci anni ci saranno i contadini." Ecco, l'ordine delle cose sarà ristabilito se i contadini tornano al centro.

Per arrivare a questo risultato occorre essere rete e non fare rete.

Fare rete, se ci pensate, è qualcosa di meno profondo di essere in rete, implica meno sforzi.

La rete non ha un centro e neanche una periferia, tutti i punti sono equidistanti e hanno senso perché sono insieme, si ha forza solo se si coesiste. Non si è tutti uguali, ma si lavora tutti allo stesso obiettivo, felici della diversità di ognuno. Insieme si è più forti.

"Insieme" è la chiave, ma la porta da aprire qual è? Bisogna aprire la porta della cultura. "Con la cultura non si mangia" disse un noto politico qualche anno fa, mentre mi verrebbe da dire, invece, che con la cultura si creano quelle occasioni che mancano al settore per mangiare, bere e stare in compagnia.

Il cibo è agricoltura quando apre le porte alla cultura, alle relazioni, all'ottimizzazione dei processi, quando genera filiere colte che creano il cambiamento da sempre auspicato. Il cibo è agricoltura quando attiva percorsi nuovi, le aziende diventano luoghi da visitare, gli agricoltori non rimangono più isolati nelle loro solitudini e chi ha bisogno di un po' di relax trova uomo e natura ad attenderlo. Vincono tutti.



Comunità del cibo e della biodiversità: l'esperienza del Pollino e del Lagonegrese per la tutela e la valorizzazione della biodiversità agricola e alimentare

Domenico Cerbino, Pietro Zienna

ALSIA - Agenzia Lucana Sviluppo e Innovazione in Agricoltura

Luigi Servadei

CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia

Con la legge che istituisce il sistema nazionale di tutela e valorizzazione dell'agro-biodiversità, il Ministero delle Politiche Agricole ha inteso promuovere, tra l'altro, l'istituzione delle comunità del cibo e della biodiversità di interesse agricolo ed alimentare per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della biodiversità domesticata a rischio di erosione genetica o di estinzione, e di sostenere le produzioni agricole ed alimentari da essa originatesi.

Nel 2016, a seguito di un'intensa attività di animazione territoriale da parte dall'Agenzia Lucana per lo Sviluppo e l'Innovazione in Agricoltura (ALSIA), Ente strumentale della Regione Basilicata, e dell'Associazione Vavilov tra agricoltori custodi dell'area del Pollino, è nata la prima Comunità del Cibo e della Biodiversità in Italia, nell'area del Pollino-Lagonegrese.

La Regione Basilicata ha riconosciuto ufficialmente la Comunità del Cibo e della Biodiversità del Pollino-Lagonegrese, nominando anche un suo rappresentante in seno all'Assemblea dei soci.

Gli obiettivi della Comunità del cibo sono il recupero e la trasmissione di conoscenze delle risorse genetiche di interesse agrario, la realizzazione di forme di filiera corta, il recupero e trasmissione dei saperi tradizionali relativi alle colture agrarie.

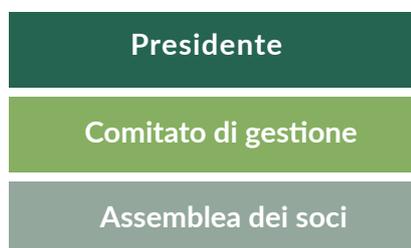
La Comunità del Cibo e della Biodiversità è organizzata con un'Assemblea dei Soci, un Comitato di Gestione ed un Presidente. I rapporti tra gli Organi ed il funzionamento dell'intera Comunità sono gestiti da un regolamento interno. Sulla base di una programmazione annuale approvata dall'Assemblea, i soci pubblici candidano a finanziamento i progetti concordati. I progetti finanziati vengono poi realizzati con la partecipazione di tutti i soci.

Aspetto di particolare rilievo è la numerosità dei sog-

getti che hanno sottoscritto il protocollo di intesa, la loro appartenenza al settore pubblico e privato ma soprattutto la loro qualifica e rappresentatività, segno di una visione ampiamente condivisa da tutti i soggetti del territorio.

La Comunità del cibo e della biodiversità di interesse agricolo e alimentare opera nell'area sud della Basilicata (Pollino-Lagonegrese) e concorre all'attuazione del Piano Nazionale sulla biodiversità di interesse agricolo e della Rete Nazionale della biodiversità di interesse agricolo e alimentare in coerenza con gli strumenti di pianificazione e di programmazione nazionali e regionali.

Organigramma della Comunità del Cibo



Le attività sviluppate riguardano:

- lo studio, il recupero e la trasmissione di conoscenze sulle risorse genetiche di interesse agrario locali;
- la realizzazione di forme di filiera corta, di vendita diretta, di scambio e di acquisto di prodotti agricoli e alimentari nell'ambito di circuiti locali;
- lo studio e la diffusione di pratiche proprie dell'a-

base all'art. 5 della Legge regionale n.26/2008.

Il progetto, finanziato dall'ALSIA e dal Parco Nazionale del Pollino, ma realizzato con contributo di tutti i soci, ha inteso collegare in rete le aziende agricole dei custodi della biodiversità legandole idealmente da itinerari incentrati sulle specie coltivate e conservate. All'ingresso delle aziende dei custodi della biodiversità sono stati posizionati degli specifici cartelli che garantiscono, da parte dell'autorità pubblica, l'effettiva conservazione e la coltivazione di antiche varietà, tramite la loro registrazione in un apposito elenco previsto dalla legge regionale sulla biodiversità (LR 26/2008).

Presso ogni azienda custode è possibile quindi visitare impianti arborei, o piante isolate e spesso molto vecchie, di antiche varietà locali di fruttiferi, o i campi di cereali antichi come la Carosella o la Segale lermana, o gli orti coltivati con specie e varietà uniche quali la melanzana rossa (*Solanum etropicum*) ed i fagioli bianchi di Rotonda, il pomodoro costoluto,

le patate rosse del Polino, ed ancora campi di piante aromatiche, tra cui il coriandolo di Carbone, o di piante officinali.

Presso l'azienda, inoltre, è possibile acquistare prodotti freschi, secchi o trasformati che consentono al visitatore di portare a casa non solo un prodotto agricolo unico e genuino, ma anche un pezzetto di un territorio straordinario e delle sue antiche tradizioni. La Comunità del Cibo e della Biodiversità del Pollino-Lagonegrese si propone come modello innovativo di governance per promuovere, attraverso la realizzazione di progetti ed azioni sinergiche e integrate sul territorio, la conoscenza, la salvaguardia e la valorizzazione dell'agro-biodiversità.

Una forma di governance che mette al centro di un territorio agricolo, per lo più inserito un'area parco, l'azienda dell'agricoltore custode che con le sue coltivazioni di antiche varietà e la vendita diretta di prodotti unici e tradizionali, diventa azienda multifunzionale che integra il reddito.

Soggetti privati e pubblici del protocollo d'intesa per la costituzione della Comunità del Cibo e della Biodiversità dell'Area sud della Basilicata

SOGGETTI COSTITUENTI PRIVATI

Associazione Agricoltori Custodi "Vavilov" (50 soci)

Associazione Guide Ufficiali del Parco Nazionale del Pollino

Azienda Agrituristica "Il Piccolo Mulino" - San Severino Lucano (Pz)

Azienda Zootecnica Fattoria Didattica Maria Stellato - Chiaromonte (Pz)

Bio-agriturismo Fattoria Didattica "La Garavina" - Terranova di Pollino

Comitato riconoscimento della DOP "Farina di Carosella del Pollino"

Corpo Nazionale Soccorso Alpino e Speleologico - Servizio Basilicata

Consorzio di Tutela Fagiolo Bianco di Rotonda DOP

Consorzio di Tutela Melanzana Rossa di Rotonda DOP

Consorzio di Tutela Peperone di Senise IGP

E.V.R.A. (Estratti Vegetali Ricerca Applicata) s.r.l.

Gruppo di Acquisto Solidale (GAS) Golfo di Policastro

SOGGETTI COSTITUENTI PUBBLICI

Agenzia Lucana di Sviluppo ed Innovazione in Agricoltura (ALSIA)

Parco Nazionale del Pollino

Parco Nazionale dell'Appennino Lucano

Gruppo Azione Locale "La Cittadella del Sapere"

Istituto Professionale per l'Agricoltura (IPSARS) di Lagonegro

Istituto Professionale Servizi per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale "G. Fortunato" sede di Sant'Arcangelo

Istituto Statale d'Istruzione Superiore "Giovanni Paolo II"

Indirizzo Enogastronomia ed Ospitalità Alberghiera - Maratea



Cibo, natura e storia: l'esperienza del Bio-Distretto della Via Amerina e delle Forre

Famiano Crucianelli
Presidente Bio-Distretto

“Salvaguardare il futuro del Pianeta e il diritto delle generazioni future del mondo intero a vivere esistenze prospere e appaganti è la grande sfida per lo sviluppo del ventunesimo secolo”: questo il concetto fondamentale del rapporto sullo sviluppo umano delle Nazioni Unite nel 2011. Dopo tre anni di preparazione il 15 settembre del 2015 in seduta plenaria alla presenza di vertici di stato e di governi le Nazioni Unite, in continuità con i principi del Millennio, hanno approvato un nuovo documento strategico dal titolo Trasformare il mondo. L'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Il documento definisce gli impegni sullo sviluppo sostenibile da realizzare entro il 2030, confermando lo stretto legame fra benessere umano e salute dei sistemi naturali.

Con la realizzazione del Biodistretto della via Amerina e delle Forre, ormai più di 7 anni fa, abbiamo scelto di contribuire ad affrontare questa sfida straordinaria, partendo dall'esigenza di un salto di qualità sul terreno dello sviluppo rurale, dalla necessità di collegare la riconversione delle aziende alla riconversione del territorio e dal coinvolgimento dei diversi attori pubblici e privati del territorio. Abbiamo immaginato il biodistretto come un'area geografica dove agricoltori, cittadini, operatori turistici e pubblica amministrazione stringano un accordo per la gestione sostenibile delle risorse locali partendo proprio dal modello di produzione e di consumo. Il “biologico”, quindi non come riserva delle buone intenzioni, o come angolo di consumatori privilegiati, ma come leva per aprire un varco nel più generale modello di

produzione e di consumo. Il “biologico” non come nicchia pulita di un territorio degradato, ma come strumento per tutelare l'integrità ambientale del territorio e la sua biodiversità. Il biodistretto come luogo nel quale le virtù della nostra storia culturale, dei nostri prodotti tipici e delle nostre bellezze naturali possono diventare un grande capitale sociale, risorsa economica e promozione per i territori. In questo senso il biodistretto della via Amerina più che un paradigma immobile è un campo di sperimentazione che sfugge agli schemi e riflette la diversità, la ricchezza, i saperi e le contraddizioni del territorio, apre nuove frontiere e si nutre della democrazia diretta. Centri di ricerca e sostenibilità ambientale, innovazione tecnologica e agricoltura biologica, risparmio e diversificazione energetica, rifiuti zero e riduzione dell'impatto ambientale delle industrie manifatturiere, agricoltura sociale e aree interne, riduzione della CO₂ nella produzione e nel consumo di energia, bioarchitettura e organizzazione dei centri urbani sono idee, progetti che hanno ispirato la nostra azione nel corso di questi anni.

Il Biodistretto della via Amerina comprende tredici comuni dieci nella bassa Toscana e tre nei Cimini, è un'area nella quale ormai da anni si sono sviluppate centinaia di aziende biologiche impegnate nelle filiere ortofrutticole, vinicole, zootecniche, nel settore della produzione della nocciola e del castagno e nella trasformazione di altri prodotti di eccellenza. Il patrimonio dei comuni di questa area è anche arricchito dall'esistenza di beni ambientali e paesaggistici, da

monumenti naturali di grande valore, da una straordinaria storia e cultura che ritroviamo nell'urbanistica dei paesi come nelle tradizioni culturali e religiose. Inoltre, è un'area nella quale esistono attività di grande significato industriale, come il polo della ceramica di Civita Castellana. Un sistema complesso quindi, con grande potenzialità economiche, sociali e naturali, ma anche con grande fragilità in primo luogo ambientali sia per l'uso di pesticidi e di prodotti chimici in agricoltura, sia per l'estendersi della coltura del nocciolo che rischia di divenire una vera e propria monocultura, sia per alcune attività produttive come l'industria delle cave che ha lasciato pericolose e rischiose ferite nel territorio.

La prima questione che abbiamo dovuto affrontare è stata la struttura del biodistretto e la sua definizione associativa e istituzionale. Un paziente lavoro che ha dato i suoi frutti. Deve esserci chiaro, infatti, che la forza dei biodistretti non sta solo nella dialettica originale fra idee generali ed esperienze concrete, ma anche nella capacità di organizzare una rete, che tiene insieme cittadini, produttori, soggetti economici pubblici e privati, centri di ricerca e università, sindaci, istituzioni regionali e nazionali. Tutti fondamentali perché si possa avere un progetto e un riformismo "forte" a partire dal territorio. La sfida che abbiamo dinnanzi è di tale e radicale importanza, che è impensabile affrontarla o con un semplice sussulto della società civile o con una burocratica delega alle stesse istituzioni.

Su questi temi si è sviluppata una intensa campagna di informazione e di formazione sia con conferenze, sia con iniziative nelle scuole per mettere in evidenza il nesso stretto fra la salute dell'ambiente e la salute dei cittadini, la relazione forte fra un ambiente sano e la valorizzazione anche economica del territorio. È stato possibile non solo discutere ma avviare a soluzione questo insieme dei problemi grazie alla sinergia fra la partecipazione dei cittadini, la presenza preziosa dell'Università della Tuscia, dell'Associazione dei medici per l'ambiente e l'opera dei comuni che con ordinanze e regolamenti hanno dato concretezza e sviluppo alle nostre iniziative. È stato proprio questa sinergia fra comuni, produttori e cittadini a creare le condizioni politiche e culturali perché il territorio del Biodistretto potesse essere un soggetto protagonista della strategia dei GAL e dei piani di sviluppo rurale sulla base di un progetto di sviluppo sostenibile del territorio. Tutto ciò ci offre la opportunità di affrontare quattro obiettivi fondamentali: un progetto turistico - culturale del quale è parte importante la produzione dei nostri prodotti tipici e l'agricoltura biologica. Un progetto che renda

Un sistema complesso quindi, con grande potenzialità economiche, sociali e naturali, ma anche con grande fragilità in primo luogo ambientali

chiaro il nesso stretto fra cibo - salute ed ambiente nel quale diventa centrale la formazione dei cittadini. La realizzazione di una virtuosa comunità energetica (secondo la direttiva europea) in collaborazione con l'Enel con al centro le energie rinnovabili e la riduzione dell'anidride carbonica. La collaborazione con le industrie manifatturiere perché si caratterizzino come aziende verdi sia nello smaltimento dei rifiuti, sia nell'uso dei materiali e sia nelle innovazioni tecnologiche che introducono. Infine la strategia di una progettualità sociale coinvolgendo i settori più vulnerabili della società e integrando chi viene da altri mondi. Per questo obiettivo con l'Enel, altre imprese e l'Università della Tuscia siamo impegnati nella definizione di progetti di Agricoltura sociale.

Lo sviluppo sostenibile è un percorso progettuale che richiede un grande impegno in ogni scelta compiuta per imprimere un cambiamento: dal glifosato della Monsanto ai piccoli produttori che sequestrano l'acqua dei fossi; dalla monocultura della nocciola della Ferrero alla contaminazione sistematica delle acque, del suolo e dell'aria; dall'industria delle cave al ciclo illegale dei rifiuti; dalla cementificazione del territorio allo smaltimento oscuro dei rifiuti delle aziende manifatturiere. Proprio per questo la partecipazione democratica dei cittadini, il ruolo delle istituzioni locali, il consenso

dei contadini e dei produttori sono essenziali. Tutto ciò è necessario, ma non basta. È inoltre, essenziale l'incontro e il coordinamento fra le diverse esperienze dei biodistretti e di agricoltura sostenibile in Italia, in Europa e nel mondo e una profonda contaminazione delle istituzioni nazionali ed europee.

Con questo spirito abbiamo inaugurato una scuola di agroecologia che ha visto insieme produttori europei, latinoamericani, africani ed asiatici. Con questa convinzione abbiamo organizzato una conferenza internazionale alla quale hanno partecipato produttori di nocciole turchi e georgiani. Con questa certezza ci siamo impegnati perché i contenuti e la strategia dei Biodistretti entrassero nella legislazione nazionale e regionale, affinché si arrivasse a una legge nazionale sull'agricoltura biologica e a una legge della regione Lazio sulla funzione e il valore dell'esperienza dei distretti biologici.

I biodistretti possono essere interpreti e protagonisti dei grandi cambiamenti di questa nostra epoca e anticipatori di un mutamento di sistema, di una nuova organizzazione economica, sociale e democratica, ma perché ciò accada è decisiva una nuova consapevolezza della società e della politica.

Intervista



Siamo ancora il Paese della
dieta mediterranea?

*Intervista a Stefania Ruggeri
a cura di Cristina Gianneti - Ufficio Stampa CREA*

Cibo italiano e dieta mediterranea: quando l'alimentazione di casa nostra è salute, oltre che gusto. Ne parliamo con Stefania Ruggeri, nutrizionista, ricercatore presso il CREA Alimenti e Nutrizione, docente presso l'università di Tor Vergata, autrice del libro "La Nuova dieta mediterranea", scritto con chef Rubio (di cui è stata consulente scientifica per il programma Unti e bisunti), ospite fissa del programma Selfie, in onda la scorsa stagione su Canale 5.

Siamo il Paese della dieta mediterranea: in che modo questo celeberrimo modello dietetico rispecchia la nostra cultura alimentare e i nostri territori?

La Dieta Mediterranea è il modello alimentare delle nostre regioni del Sud, che rispecchia una plurisecolare tradizione contadina basata su prodotti di origine vegetale come verdure, frutta, legumi e cereali, a cui si accompagnano, in quantità limitate, alimenti di origine animale, tra cui principalmente pesce e poi, in seconda battuta, formaggi, latte e uova. Ma ciò che la rende unica è l'olio extravergine di oliva, l'alimento che, nei primi studi sulla dieta mediterranea, condotti negli anni '70, fu considerato determinante per la bassa incidenza delle patologie cardiovascolari riscontrata nelle popolazioni del Sud Italia. Una dieta, quindi, basata sui prodotti dell'agricoltura e della pesca, strettamente legata al territorio, caratterizzata, però, anche dalle modalità di consumo del cibo: la ritualità dei pasti, il piacere dell'incontro a tavola e della condivisione, il gusto della convivialità. L'UNESCO nel 2015 ha riconosciuto le comunità "simbolo" della Dieta Mediterranea, tra cui spicca il nostro Cilento, teatro dei fondamentali studi di Ancel Keys. Lo scienziato americano intuì e dimostrò per primo che la bassa incidenza delle malattie cardiovascolari nelle regioni del Sud Italia era legata all'alimentazione e allo stile di vita, fattori questi che appartengono anche ad altri paesi che si affacciano sul Mediterraneo – come Grecia, Spagna, Croazia, Cipro e Marocco – e che hanno la nostra stessa vocazione agricola nonché basi simili sotto il profilo alimentare e culturale, seppure con espressioni diverse.

In che modo, alla luce delle mutate abitudini alimentari, del diverso contesto socioeconomico e delle ultime evidenze della ricerca nutrizionale possiamo declinare la dieta mediterranea italiana oggi?

Ovviamente il nostro stile di vita oggi è completamente diverso da quello dei nostri antenati, che è quello sul quale si sono basati gli studi di Ancel Keys e degli altri scienziati che hanno codificato la dieta mediterranea.

Loro erano contadini e pescatori, lavoravano 10 o 12 ore ogni giorno, consumando pasti frugali e a base quasi completamente vegetale (la carne era un bene di lusso), conditi con pochissimo olio.

Di certo non consumavano prodotti confezionati come merendine, succhi di frutta, biscotti, prodotti "ready to eat", ricchi di grassi saturi, zuccheri e sale, per il semplice motivo che a quel tempo non c'erano. Noi oggi siamo i figli del boom industriale: dagli anni sessanta in poi comprare e consumare prodotti industriali e tanta carne rappresentava uno status: quello di essere affrancati dalla cultura contadina povera e



di approdare a quella "ricca e evoluta" metropolitana. Le produzioni intensive hanno ridotto i costi e tutto il cibo è diventato a buon mercato, così produciamo tanto, ma sprechiamo tanto.

E poi alimentarci, ai giorni nostri, non è più un modo per sopravvivere, ma ha assunto sempre di più un significato edonistico. Infine, un'ultima considerazione: conduciamo vite sedentarie e, nonostante la moda del fitness, l'attività fisica di un italiano medio è molto al di sotto di un'ora al giorno.

È necessaria quindi una rivisitazione della dieta me-

diterranea, perché oggi la ricerca scientifica ha portato alla luce nuove evidenze, come quelle dell'epigenetica. E in tal senso, ho iniziato questo percorso, con il libro. "La Nuova Dieta Mediterranea", che ho scritto con Chef Rubio, sotto la supervisione del famoso scienziato americano Jeremiah Stamler.

Ed è proprio con Stamler che sto mettendo a punto un nuovo modello nutrizionale mediterraneo, che pubblicheremo presto su una rivista internazionale: abbiamo mantenuto le basi della tradizionale dieta mediterranea, declinate, però, con nuovi pattern alimentari, facili da realizzare.



Alimenti, salute e territorio: che relazione c'è?

Sono convinta che noi nutrizionisti oggi abbiamo un dovere in più, oltre alla raccomandazione di un'alimentazione bilanciata: promuovere produzioni di cibo sano e sostenibile. E d'altronde, l'agricoltura è il nostro territorio, da sempre vocato alla media e piccola impresa, che ha dato vita ad una cultura alimentare ricca e variegata, fatta di passione per la qualità e di eccellenza artigianale.

Per questa ragione, ho iniziato ad interessarmi di alcune piccole realtà agricole del nostro territorio. Sono nati così, nuovi progetti di ricerca, finalizzati non più solo allo studio delle caratteristiche nutrizionali del prodotto, ma all'innovazione, "ridisegnando una produzione di cibo", all'insegna di una migliore sostenibilità, qualità nutrizionale e sicurezza. All'Università di Tor Vergata, il prossimo anno, attiverò un corso aperto anche agli studenti stranieri di "Healthy and Sustainable Food Design", che avrà proprio lo scopo di formare i giovani nutrizionisti su queste nuove tematiche.

Gli chef sono i nuovi ambasciatori del cibo italiano e tu hai lavorato con chef di tendenza come chef Rubio e Cristina Bowerman. Com'è andata? Che tipo di consapevolezza hai trovato?

Chef Rubio e Cristina Bowerman sono due personalità completamente diverse: il primo un cuoco di strada, che ha riportato all'attenzione alimenti poveri come il quinto quarto; Cristina, invece, una chef stellata nota in ambito internazionale, una vera e propria imprenditrice, che conosce tutte le culture alimentari e le integra nella nostra tradizione. Sebbene così diversi, hanno due cose in comune: l'amore per la nostra cultura alimentare e per le produzioni del territorio e l'attenzione alla salute. Per esempio, con Cristina abbiamo collaborato in un progetto del Ministero della Salute realizzando dei menù dedicati alle donne perché coniugassero gusto e salute.

Sei molto presente sui media: qual è la percezione del cibo italiano che ha l'opinione pubblica e su quali temi bisognerebbe maggiormente lavorare?

Credo che oggi, nonostante si parli moltissimo di cibo, ci sia molta confusione perché i messaggi a volte sono contraddittori e c'è una fortissima sovraesposizione. Paradossalmente, però, questo non sta portando ad un miglioramento del modo di alimentarsi, tuttavia occorre fare una distinzione: i consumatori a medio-alto reddito e con alto livello di istruzione sono molto consapevoli della qualità dei prodotti italiani e scelgono sicuramente "il meglio". Le fasce di popolazioni più deboli sono invece a rischio, infatti spesso la qualità della loro alimentazione è molto bassa e questo non solo per ragioni economiche, ma per mancanza di informazione. Occorre lavorare per rendere la qualità facile da riconoscere per tutti. In tal senso, sto progettando, insieme ad un imprenditore, un sistema di valorizzazione dei nostri prodotti agroalimentari.

Intervista



Agricoltrice custode racconta...

*Intervista a cura di Fabiola Fagnani
CREA - Centro di ricerca Politiche e Bioeconomia*

Sapori di Bea è un'azienda a gestione familiare, nata nel 1991 dopo un'esperienza legata all'educazione ambientale nella Riserva naturale della Valle dell'Orfento che ha ispirato la nascita dell'azienda che descriviamo. Beatrice inizialmente apre la Bottega di Bea che vende prodotti di fattoria. Il passaggio successivo sarà l'azienda agricola Sapori di Bea, ispirata dall'amore per la natura e l'ambiente che diventa essenza e filosofia aziendale, condotta insieme al marito e alla sua famiglia di agricoltori.

Abbiamo incontrato Beatrice Tortora che oggi gestisce con grande soddisfazione questa azienda, nel comune di Abbateggio, ai piedi del massiccio della Majella.

Ci racconti Bea, come ha mosso i primi passi come imprenditrice agricola, lei che era una esperta di educazione ambientale....

Il passaggio dall'ambiente all'agricoltura è stato quasi automatico, un'agricoltura attenta alle problematiche ambientali, rispettosa dell'ambiente. Per questo ho fatto sin dal principio una scelta mirata, puntando sui cereali antichi. Nel '91 non era una scelta condivisa dai miei colleghi che invece guardavano al mercato mondiale; oggi tanti colleghi hanno rivisto le loro posizioni e Abbateggio è diventato il paese del farro! Molti agricoltori locali hanno seguito il mio esempio; all'epoca molti non sapevano nemmeno cosa fosse il farro; mio suocero lo utilizzava per l'allevamento, in stalla! E un giorno gli dissi: "Giovà ma questa cosa si mangia! questo è il farro!"

E gli raccontavo dell'esercito romano che si era nutrito del farro e che c'era stata nella storia un'importante vicenda legata a questo cereale. Abbiamo recuperato proprio quel seme che lui metteva anno dopo anno perché era terapeutico per le mucche e poi invece piano piano ci siamo sempre di più specializzati insieme al Parco Nazionale della Majella in quelle che

erano le colture di questo luogo. Dopo il farro è arrivato il recupero della solina, del senatore cappelli, del gentil rosso e l'ultimo dei nostri progetti in ordine di tempo è quello del fagiolo suocera e nuora. Gli agricoltori hanno, oggi più che mai, una importante responsabilità, è a loro che si chiede di mantenere delle produzioni sane, di sostenere e mantenere un territorio, di salvaguardarlo, di proteggerlo anche da una scienza che spesso non fa scelte oculate.

Per questo ha scelto di fare la “custode”?

Diventare custode ha un senso molto forte che non è solo quello di produrre ma quello di proteggere un sapere che va sicuramente tramandato e salvaguardare le basi per una biodiversità che possa poi rappresentare il futuro di questo pianeta. La scelta di fare la custode significa per me rispettare il luogo di passaggio che ho ereditato dai miei antenati e che devo lasciare alle future generazioni. Perdere agro biodiversità significa perdere un valore che non è più recuperabile. Mantenere agrobiodiversità è mantenere un territorio, una cultura, una tradizione. Noi siamo il più grande paese al mondo per la biodiversità e se facciamo un esempio sulla mela, fino a 30 anni fa solo in Abruzzo ne esistevano 120 tipi, oggi in tutta Italia esistono in prevalenza 5 tipi di mela, perché in nome della maggiore produzione si sono perse tutte quelle varietà locali.

Quali sono dunque i prodotti di punta dell'azienda e come riesce a valorizzare il prodotto locale?

I prodotti dell'azienda sono essenzialmente il farro, in chicchi, in farine e sotto forma di sfarrata che si usa per fare la polenta di farro. Lo vendiamo sui mercati locali, regionali e qualche esperienza l'abbiamo fatta a livello nazionale e all'estero attraverso cuochi che lo hanno cucinato in Canada e in Giappone. Attualmente ci siamo fermati con l'estero perché la nostra azienda è di pochi ettari e non volevamo focalizzarci solo sul farro; come anticipavo abbiamo recuperato tante altre varietà: la solina, antichissimo grano tipicamente abruzzese, un grano che nasce oltre 700 metri; la solina non riesce a resistere in ambienti diversi che non siano le montagne della Majella o del Gran Sasso, quindi è tipicamente di queste due zone. Anche questo ha una produzione molto più limitata rispetto al grano moderno però ha dei sapori, dei profumi che sono unici, raccontano questo luogo. Negli anni abbiamo scelto di affiancare all'attività agricola l'agriturismo e queste produzioni diventano necessarie per poter raccontare il territorio. Abbiamo recuperato anche il senatore cappelli, e poi il gentil rosso. La nostra ultima produzione, il fagiolo suocera e nuora ci ha dato molte soddisfazioni: oggi c'è un rinnovato interesse verso i legumi, perché le

scelte alimentari cambiano. In Italia c'è una varietà di legumi che è pazzesca per chi li studia; il fagiolo suocera e nuora era a rischio di estinzione: ne erano infatti rimasti pochissimi semi nella banca dei semi dell'Università di Pisa.

Il Parco Nazionale della Majella propose agli agricoltori custodi di salvaguardare alcune varietà e io mi sono proposta: il fatto che fosse metà bianco e metà nero mi piaceva, mi faceva sorridere, tra l'altro in alcune zone veniva chiamato “le monachelle”.

Abbiamo cominciato 5 anni fa con 10 semi, abbiamo provato a recuperarli, il primo anno non è andato bene: ne abbiamo recuperati molto pochi, il secondo anno molto meglio, due anni fa ne avevamo recuperati una ventina di chili, li abbiamo tutti riseminati e abbiamo ottenuto 6 mila piante, quest'anno più di 12 mila piante; abbiamo ridato al Parco 25 kg di semi, quindi tantissimi rispetto ai 10 iniziali.

E il Parco quest'anno ci ha dato il chicco di caffè quindi col chicco di caffè proveremo ma vi racconterò la prossima volta!

Ma come raggiunge il mercato, i consumatori?

Da qualche tempo sto curando un progetto di mercato contadino. Abbiamo inaugurato a Pescara una bottega che si chiama proprio “Il mercato contadino della spesa in campagna” ed è una rete di imprenditori locali, siamo in tutto 40, che insieme hanno investito sulla vendita diretta in città; insieme abbiamo trovato un negozio al centro di Pescara, insieme investiamo giornalmente nella gestione di questo punto vendita comune.

Lucia è presente in negozio, accoglie i clienti e vende per tutti noi ma ogni volta fa una vendita diretta, perché abbiamo studiato un sistema, un software che emette al consumatore nello scontrino, l'insieme di tante fatture; insieme sosteniamo le spese di gestione ma soprattutto insieme investiamo in un percorso che è anche di crescita perché l'azienda agricola lavora in campagna quindi lavora in isolamento. Tutti gli agricoltori coinvolti da questo progetto si stanno impegnando anche a far conoscere i loro prodotti. A rotazione organizziamo eventi serali dove raccontiamo il pomodoro a pera, l'olio d'oliva, il farro e creiamo momenti d'incontro con i consumatori; io ho fatto anche lezioni di cucina, di come si cucina il farro. Siamo 40 imprenditori locali, soprattutto della campagna pescarese ma partecipano anche produttori aquilani, teramani, chietini. Per noi filiera corta significa accorciare i passaggi tra il produttore e il consumatore quindi creare le condizioni per cui i nostri prodotti possano arrivare direttamente sulla tavola di un romano, di un milanese piuttosto che di un danese. Il progetto “La spesa in campagna” è anche vendita on line perché diventa una piattaforma che dà forza a tutti gli imprenditori coinvolti.

Qual è il suo rapporto con le istituzioni locali?

Con il Parco sono ottimi, ho sempre trovato una porta aperta e grande professionalità, anche se le istituzioni hanno dei meccanismi burocratici così complicati che molte volte è faticoso lavorare con loro; nelle politiche agricole regionali ci sono grosse difficoltà; noi abbiamo un PSR 2014-2020 che fa acqua da tutte le parti, abbiamo il bando del primo insediamento che adesso quasi finisce il PSR e siamo ancora in alto mare. Le politiche agricole regionali sono una macchina burocratica difficile con dei bandi complicati, tra l'altro usciva qualche giorno fa la notizia che 13 milioni di euro torneranno indietro alla Comunità Europea; questo è grave! L'agricoltura ha bisogno che le politiche investano in modo importante perché altrimenti l'abbandono della terra sarà sempre più grande; i giovani non è vero che non vogliono lavorare la terra ma vogliono essere adeguatamente ricompensati per il loro lavoro come è giusto che sia; bisogna tornare a comprendere quanto valore abbia l'agricoltura nell'economia!

E quali sono i problemi che si trova a fronteggiare nella sua attività imprenditoriale?

Come anticipavo, i problemi con il sistema dei sostegni pubblici, lenti e poco adeguati alla realtà imprenditoriale agricola, al sistema che remunera più la parte del commercio che quella produttiva. E poi i problemi derivanti dai danni da fauna selvatica; noi rispettiamo gli animali ma ci deve essere il giusto equilibrio tra produzione e numero di fauna selvatica; oggi non si può più coltivare se non recintiamo per proteggere la produzione; 15 ettari di azienda non è un recinto di casa, non è l'orticello; diventa uno sforzo economico che poi non rientra nell'equilibrio della gestione dell'azienda perché dobbiamo investire nelle recinzioni. Problemi che non sono per niente affrontati dalle politiche ma che necessitano di essere gestiti altrimenti tra pochissimi anni in questi luoghi noi non potremmo più produrre e nemmeno viverci!



In Europa / nel Mondo

INDIA

Food and Culture in South Asia

*Interview to Jyeeeta Sharma
University of Toronto*

*by Fabiola Fagnani
CREA - Research Centre for Agricultural Policies and
Bioeconomy*



Jo (Jayeeta) Sharma is an Associate Professor of History and Food Studies at the University of Toronto, Canada. She is the author of *Empire's Garden: Assam and the Making of India*, which examines tea plantations and labour migration in the British Empire. She is on the Editorial Board of *Global Food History* and the Editorial Collective for *Radical History Review*. She is currently living in Torino and will be lecturing about South Asian foodways at the Università di Scienze Gastronomiche (as visiting professor) at Pollenzo, Italy.

Since you are a historian of food and culture, the question I would ask you is how the relationship between agriculture, food, way of life and local conditions in South Asia developed over time and what was the social and cultural impact.

Like every part of the world in all historical times especially in the rural areas, people were very much subsisting on what they grew in the localities. So the two broad divisions in South Asia would have been the wheat eating zones and the rice eating zones. In the areas that cultivated wheat the main staple food would have been different kinds of flatbreads and in the rice eating zones boiled rice and other kinds of dishes made from rice were the staple.

But in both regions the common kind of other dish which would have been grown is lentils, different kinds of lentils or dal. So think of a table where you have grains depending on the local conditions, so the connection between ecology and agriculture is that: in one area the bread would be eaten with lentils, vegetables, meat and so on and in another area the focus would be more on rice products.

Some other examples I can give on agriculture, and what is produced is very influential. In my own area in North East India, which is called Assam, till the late 19th century most people had very limited access to salt. Salt had to be imported from other regions of India or sometimes from Tibet. So entire category of local dishes developed which used in fact a salt substitute. It was the shoots of the banana tree, they were burnt and the ash was used as a salt substitute. This became a very specific kind of dish called Khar which is unique to this locality because of this very specific situation. The agriculture comes in: in this area there is one of the biggest rivers in the world the Brahmaputra River and there are many smaller rivers, so fish was abundant. People grew rice. So the staple dishes were fish and rice.

Another local specificity is that in the western part of India, the region of Rajasthan which is a dry area, so there on desert ecology they were able to base the standard plate on some kind of flatbread made of wheat, and many kinds of dried lentil products.

So I would say that in the mid 19th century most pe-

ople diet was based on very localized products and was very connected to what was grown in the local area. This has had its impact even now. Basically in any part of South Asia you can buy rice or wheat or whatever you want but in areas like the Punjab, in Northern India there are people still predominantly eat roti, chapati, flatbreads.

And how did the international eating habits influence the local food markets in South-Asia?

I think it's not just international habits but it's also modernization and technology to influence food market.

In my childhood, I grew up in the 1970's, when I lived in the region of Assam which is a peripheral region, things came on trains from quite a long distance. But



there were certain vegetables which we did not know at all even then. The reason is because they were not grown in our region and they were vegetables that were not part of the cultural life of the people and even when they came into the diet: cauliflower, potatoes, all these were introduced, and of course many of them were not native, during the British colonial times and it took some time for them to get popular. So what happens is that some vegetables became very popular across the entire subcontinent and life of mountain regions communities was transformed with the availability of potato. Mountain potatoes varieties were introduced and those were changes in agriculture. Local peasants adopted and transformed those areas.

From the second half of the 19th century onwards potatoes, onions and garlic allow people to bring some more calories or more nutrition and some

more variety into their diet and they also start being cultivated in different regions so they're added to the agricultural profile.

There is a big difference between the big cities, and even the smaller towns, and certainly between the different regions. So if you look at the map of India, in those regions that are more in the interior the connection between agriculture, local conditions, local cultural preferences has continued in many ways. While the young people, and this is where internationalization comes in, all over the world now want to have pasta.

In Italy we pay close attention to the food safety because of health problem, to sustainable agriculture and so on. Is there an attention to these points in South Asia?

Many of the things in the crops were organic simply because small farmers were not able to afford the best science. But then we had the so-called Green Revolution which allowed the famines. Green Revolution of the 1970s made food security in terms of enough grains to supply the whole country but food insecurity remains because the distribution system and the class access has remained till date and this is the big failure in Indian social policy.

People are now getting aware of it. There is very little food regulation that works. And so now people are getting concerned about not only organic. Most of consumers especially in cities are getting concerned about adulteration, they concern that some vegetables might look beautiful but they may have been grown in contaminated ground. And there is no government organization that's doing a good job of actually checking those. Spices are indispensable: every day meal every indian family will afford it will use some spices. Those spices were usually sold in shops. Consumers have discovered that the standards of regulation are there but the enforcement is not so good. And so some of the newspapers have run the tests and they have discovered, they say, the packaged spice has a lot of adulteration. Therefore, there is concern among consumers and that's why people are trying to get a more expensive organic varieties. So to sum it up, now there is attention to heritage. There are signs to going back and trying to bring back the skills that almost got lost. The concern about adulteration, about that we should be eating, more organic foods without pesticides and so on, that's good but we should also look at making basic food available for everyone. So basically what I would say: we are concerned about the quality of the food, about sustainability but we should also pay attention to the food supply, food equity.



saper fare, fare sapere

La qualità nei nostri piatti: il contributo di ricerca del CREA

La ricerca del CREA è orientata a supportare
l'agricoltura a rispondere sempre più alle sfide
del futuro

Micaela Conterio
Ufficio Stampa CREA

Il contributo che la ricerca può offrire attraverso le innovazioni alla qualità degli alimenti e ai risvolti per la salute umana è fondamentale per aprire nuove ed interessanti opportunità di sviluppo del nostro agro-alimentare. Proprio per queste motivazioni, il CREA è impegnato a valorizzare la biodiversità genetica, di cui il nostro Paese è ricchissimo, e migliorarne la qualità nutrizionale e salutistica, perché ha da sempre come mission istituzionale quella di promuovere le produzioni cercando di supportare con le proprie indagini le filiere produttive.

Favorire, quindi, una filiera del prodotto che sia di qualità superiore, innovativa, integrata e competitiva ed in grado anche di soddisfare le richieste di un consumatore sempre più esigente, ha spinto il CREA ad accogliere la sfida del sequenziamento e del miglioramento genetico in agricoltura. Si tratta di moltissime delle nostre tipicità, quali asparago, peperoncino, carciofo (di cui l'Italia è il primo produttore mondiale), pesce e agrumi, studiate con l'intento di migliorarne, attraverso l'impiego delle nuove tecnologie, le caratteristiche agronomiche, come la resistenza alle malattie e a stress ambientali (che possono tradursi in una gestione del territorio ecosostenibile), nutri-

zionali, nutraceutiche e fisiologiche.

Parlando dei nostri tratti distintivi, non si possono trascurare grano, frumento e derivati quali pane e pasta. Il CREA, infatti, ha coordinato il lavoro del sequenziamento del genoma del frumento duro, principale fonte di calorie, proteine, amidi e fibre per l'umanità, che fornisce la materia prima per la produzione della pasta, emblema del nostro "Made in Italy" alimentare. Le ricadute sono considerevoli, soprattutto nell'ottica di realizzare nuove varietà che siano più produttive, di qualità migliorata e resistenti agli stress ambientali, legati anche ai futuri nuovi scenari climatici. Ciò a beneficio sia della filiera della pasta, sempre più competitiva, sia del consumatore, che avrà a disposizione alimenti più salubri ed in grado di prevenire varie malattie croniche.

Sempre rimanendo in tema cereali, il CREA ha messo a punto due derivati del grano saraceno, caratterizzato per l'elevato valore biologico delle proteine e per le spiccate proprietà antiossidanti ed antiinfiammatorie. Si tratta di uno snack di 70 gr, che si è rivelato, secondo un'indagine compiuta dall'Università di Roma Sapienza, particolarmente adatto per i pazienti operati di resezione pancreatica, perché aumenta la

capacità intestinale di assorbimento degli alimenti, oltre a diminuire i dolori addominali. L'altro prodotto è una birra antiossidante, antinfiammatoria e a bassa gradazione alcolica. La sua composizione la rende efficace nel contrastare lo stress ossidativo causato da un pasto troppo abbondante o da un prolungato sforzo fisico, abbassando contemporaneamente il livello di colesterolo.

Ma il CREA non si è limitato all'alimento base, ha realizzato anche una pasta funzionale in grado di migliorare il benessere del consumatore, arricchita di ingredienti e componenti con una valenza salutistica superiore. Il risultato ottenuto è stato un unico alimento contenente proprietà probiotiche in grado arricchire l'intestino di batteri buoni e di avere effetti positivi sul metabolismo nonché attenuare gli stati infiammatori. Ma non solo. Partendo da diverse varietà di frumento tenero maggiormente impiegate per fare il pane, grazie all'impiego di processi innovativi di panificazione a ridotto contenuto di sodio, è stato



realizzato un pane appetitoso sì, ma più sano perché contenente meno sale.

Per un altro prodotto tipico del nostro Paese, l'uva, in particolare la varietà Autumn Royal a bacca nera, insieme all'Università di Bari, è stato valutato nell'uomo il legame fra l'assunzione prolungata di uva e i processi di coagulazione e fibrinolisi, che potrebbero portare all'insorgenza dei disturbi cardiovascolari. Ne è emerso che gli effetti salutari derivanti dall'assunzione dell'uva da tavola fresca potrebbero contribuire a proteggere l'organismo dall'insorgenza delle malattie cardiovascolari, senza alcun aumento della glicemia né del profilo lipidico. Tali effetti antitrombotici persistono anche dopo un mese dall'interruzione dell'assunzione. Ha, inoltre, un effetto anticoagulante, perché aumentando la capacità fibrinolitica del plasma riduce i meccanismi di formazione dei trombi ed esalta quelli deputati alla loro rimozione. Anche il fiore all'occhiello del nostro Made in Italy, il vino, è oggetto di diversi studi per migliorarne la qualità e la resistenza alle malattie. In particolare, il CREA si è cimentato in un progetto che prevede di realizzare e valutare selezioni resistenti a peronospera e oidio (malattie che attualmente impongono una media di 10 trattamenti annui con fitofarmaci) a partire dalla varietà Glera. Grazie ad una serie di incroci e reincroci è possibile abbattere del 70% l'uso

di fitofarmaci e affinare i caratteri enologici.

Un filone di attività estremamente interessante è legato all'acquacoltura biologica, in cui l'Italia eccelle per quanto riguarda la molluschicoltura biologica (quasi 6.000 tonnellate di cozze, 260 tonnellate di vongole veraci, 4 tonnellate di ostriche). La specie di pesci maggiormente allevata è la trota iridea (551 tonnellate), seguita dall'orata (quasi 100 tonnellate), dai cefali (90 tonnellate) e dalla spigola (10 tonnellate). Per queste ragioni il CREA, ha studiato per la prima volta una possibile futura fonte sostenibile per avviare le produzioni biologiche locali, mediante la creazione di parchi riproduttori, verificandone gli effetti sulla qualità del prodotto, dopo l'allevamento in regime biologico. Dai risultati è emersa una qualità nutrizionale migliore in termini di valori più elevati di acidi grassi omega-3, come nel rapporto omega-3/omega-6 oltre alla presenza di sodio, magnesio, rame e ferro.

Una delle frontiere della ricerca

nell'ambito dell'alimentazione è innegabilmente fornita dagli insetti, che, superati i nostri pregiudizi culturali, rappresentano una fonte consistente di acidi grassi essenziali, fondamentali per la salute, perché il nostro organismo non è in grado di sintetizzarli da solo. In particolar modo, sono state studiate due specie edibili, la Camola della farina (*Tenebrio molitor*, Coleoptera Tenebrionidae) e la Camola del miele (*Galleria mellonella*, Lepidoptera Pyralidae), con basso contenuto di colesterolo, ideali quindi come integratori di acidi grassi nella dieta umana. Dal confronto con analoghi prodotti in commercio, gli allevamenti degli insetti non comportano inquinamento ambientale, gestione di rifiuti organici, scarti di produzione inquinanti, consumo di acqua, impiego di pesticidi e fertilizzanti, occupano spazi molto contenuti e hanno bassi costi di produzione. La ricerca del CREA è orientata, quindi, a supportare l'agricoltura a rispondere sempre più alle sfide del futuro. Alla crescente domanda di cibo di qualità e agli aspetti nutrizionali deve comunque corrispondere una produzione sostenibile con un uso contenuto dei prodotti chimici a beneficio dell'ambiente e della salute degli operatori e del consumatore e una maggiore conservabilità degli alimenti per ridurre gli sprechi.

Progetto Terravita: la sostenibilità economica, ambientale e alimentare del cibo

Angela Polito, Elena Azzini
CREA - Centro di ricerca Alimenti e Nutrizione

Il panorama agrario italiano è fortemente caratterizzato da produzioni di nicchia legate alle tradizioni socio-culturali locali, che, in un contesto di globalizzazione, rischiano di scomparire sostituite da prodotti ottenuti a partire da cultivar o da allevamenti spesso di importazione o anche nazionali, ma comunque di recente costituzione e di minor pregio. La profonda trasformazione che il settore primario ha subito negli ultimi decenni non ha riguardato solo gli aspetti produttivi, di mercato e ambientali, ma ha comportato un cambiamento altrettanto profondo nello stile di vita e nelle abitudini alimentari.

Il progetto TERRAVITA "Biodiversità, Territorio e Nutrizione: la sostenibilità dell'agroalimentare italiano", finanziato dal Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo e coordinato dal Centro di ricerca Alimenti e Nutrizione del CREA, è stato rivolto alla valorizzazione del settore agroalimentare italiano, con particolare riferimento alle produzioni locali presenti in aree di particolare sensibilità ambientale come parchi nazionali, parchi regionali, aree naturali e montane.

Il progetto è partito dall'individuazione di una lista di prodotti agroalimentari locali orfani di qualsiasi tutela, selezionati in varie aree geografiche italiane, ed ha visto il coinvolgimento, oltre che di istituzioni di ricerca, anche di rappresentanti dei vari attori territoriali, dalle principali autorità locali sino al consumatore.

Per la realizzazione degli obiettivi progettuali è stato utilizzato un approccio di studio di tipo interdisciplinare articolato in tre tematiche di ricerca: nutrizionale, rivolto alla valutazione della composizione chimico-nutrizionale degli alimenti e prodotti selezionati e loro potenzialità salutistiche per il consumatore; economico, rivolto alla valutazione e verifica della sostenibilità economica di talune attività agricole; ambientale, per la valutazione dell'impatto energetico-ambientale di alcune tipologie di prodotti presi come modelli sperimentali.

I risultati ottenuti, oltre a rappresentare un approfondimento delle conoscenze scientifiche sulle varietà di specie vegetali e animali autoctone in aree sostenibili e sui loro potenziali effetti benefici sulla salute, hanno permesso di identificare gli hot-spot energetico-ambientali e di definire possibili soluzioni qualitative di riduzione dei sopra citati impatti, come ad esempio l'adozione di pratiche agricole più sostenibili, l'utilizzo di biocombustibili, di concimi organici in sostituzione di quelli chimici, di energia elettrica da fonte rinnovabile. Sul piano economico, l'analisi ha permesso di riscontrare una sostenibilità a tutto tondo della produzione ed ha rilevato la grande importanza dei prodotti locali dal punto di vista culturale come elemento di identità territoriale, sebbene con molti chiaroscuri legati a diversi fattori, primi fra tutti la filiera di produzione e il mercato.

Una specifica linea di ricerca è stata focalizzata sull'a-



"L'indagine economica ha evidenziato, in alcuni dei centri rurali studiati, la forte tenuta dell'agricoltura e dunque delle produzioni locali che sostengono la biodiversità"

nalisi delle evoluzioni demografiche, economiche e produttive e nel contempo sulla valutazione dei consumi alimentari, stile di vita e stato di nutrizione di un gruppo di residenti in alcuni comuni del Parco Nazionale della Majella.

I risultati dell'indagine hanno evidenziato nella popolazione rurale un'elevata prevalenza di sovrappeso e obesità, anche a fronte di una discreta attività fisica e un più moderato apporto alimentare di lipidi e carboidrati rispetto al segmento urbano, permettendo di ipotizzare che anche le popolazioni rurali risentono dei cambiamenti associati alla globalizzazione che portano all'uniformazione degli stili alimentari.

L'indagine economica ha evidenziato, in alcuni dei centri rurali studiati, la forte tenuta dell'agricoltura e dunque delle produzioni locali che sostengono la biodiversità. Tuttavia, l'indagine su offerta e canali di distribuzione delle produzioni agroalimentari, pone

in evidenza che il potere di penetrazione dei prodotti "globali" è ramificato e in grado di raggiungere la popolazione che vive in piccoli centri di montagna che, pur conservando ancora saldamente tradizioni produttive e prodotti locali, sta perdendo la consapevolezza dei propri tesori, la memoria e la produzione degli stessi.

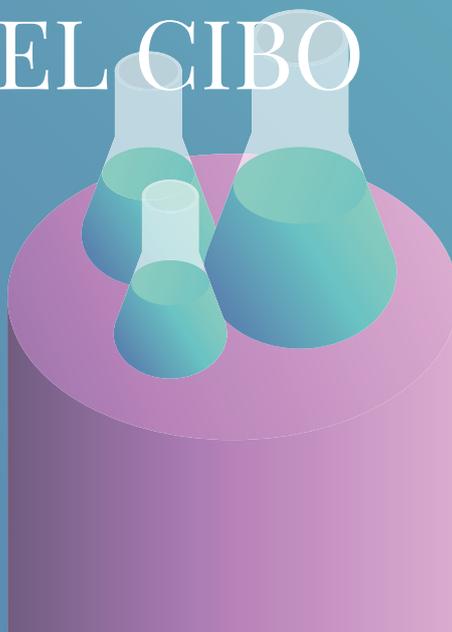
Emerge, quindi, la necessità di azioni congiunte tra i vari attori istituzionali finalizzate ad una maggiore divulgazione territoriale dell'importanza sia di una sana e corretta alimentazione per il mantenimento di un buono stato di salute, sia della necessità del mantenimento della biodiversità dei prodotti locali.

Il progetto TERRAVITA pone le basi per la costruzione di una moderna "fiera delle conoscenze" per le produzioni tipiche in grado di generare un importante progresso nella valorizzazione del patrimonio agroalimentare nazionale e di sviluppo sostenibile dei territori.

LE BIOTECNOLOGIE FRA TUTELA AMBIENTALE E QUALITÀ DEL CIBO

Alessandra Gentile
Vice Presidente del CREA

Micaela Conterio
Ufficio Stampa CREA



Produrre di più e in maniera sostenibile, con meno acqua e fertilizzanti, è la sfida tecnologica che l'agricoltura del futuro è chiamata sempre più ad affrontare. La crescente domanda di cibo per far fronte all'aumento demografico si associa oggi sempre più alla richiesta di "qualità", supportata da una certificazione di prodotto e di processo, perché il semplice riconoscimento di tradizioni o del luogo di produzione non è più ormai sufficiente.

In questo quadro, le moderne biotecnologie rappresentano una valida risposta alle nuove e crescenti aspettative, offrendo un insieme di strumenti attraverso i quali è possibile migliorare l'efficienza delle varietà coltivate e la qualità dei prodotti che esse permettono di ottenere. Si tratta, infatti, di tecniche estremamente precise che riescono a intervenire soltanto su specifici caratteri, come la resistenza a malattie e a stress abiotici, mantenendo inalterate tutte le altre caratteristiche, spesso di pregio, di una varietà, frutto di anni di selezione e valutazione. Attraverso le nuove tecniche di breeding (in particolare cisgenesi e genome editing), pertanto, è possibile produrre, in una varietà coltivata, una qualsiasi mutazione uguale a quella che si sarebbe potuta venire a creare spontaneamente in natura, senza introdurre nuovi geni. Viene, in aggiunta, evitato il ricorso a lunghe pratiche di incrocio e reincrocio che, certamente, portano con sé nella pianta ottenuta, oltre a quello di interesse, altre porzioni del genoma della specie

originaria. In un certo senso, in questo processo si va a replicare quanto potrebbe avvenire in natura, ma con tempi decisamente più contenuti rispetto a quelli normali: se pensiamo, ad esempio, alle specie arboree da frutto sarebbero necessari interi decenni per il verificarsi di tali mutazioni. Tutto ciò ha, inoltre, ampie ricadute in termini di salvaguardia e valorizzazione del patrimonio di agrobiodiversità di cui l'Italia è ampiamente ricca, che spesso, a causa di patogeni e parassiti, corre il rischio di essere persa per sempre. Per ovviare a tale rischio l'agricoltura è costretta a fare ricorso agli agrofarmaci, con tutte le ormai note ripercussioni in termini ambientali.

La comunità scientifica, internazionale e nazionale, ha compiuto finora enormi passi nel sequenziamento dei genomi, anche con importanti contributi da parte del CREA, che ha collaborato nel decifrare il genoma di molte specie agrarie di interesse strategico per il nostro Paese (vite, pesco, agrumi, pomodoro, frumento, carciofo, melanzana, ecc..). Informazioni queste che costituiscono un patrimonio irrinunciabile, sia per comprendere i meccanismi che generano caratteri rilevanti in agricoltura (come la produttività e la qualità, la resistenza a stress biotici o abiotici), sia come base per l'impiego nei programmi di miglioramento genetico.

Il miglioramento genetico vegetale, infatti, rappresenta una delle frontiere della ricerca, che consente di aumentare competitività, efficienza produttiva e



sostenibilità del sistema agricolo, favorendo l'adattamento ai cambiamenti climatici, e contribuendo alla qualità delle produzioni, sia accrescendone le proprietà salutistiche e nutraceutiche, sia diminuendo la necessità di ricorrere all'uso dei fitofarmaci. Grazie a tali programmi, infatti, sarà così possibile ottenere piante con una migliore capacità di adattamento ai vincoli dell'ambiente di coltivazione, delle malattie, di ulteriori fattori limitanti che possono scaturire anche dalle mutate condizioni climatiche. Negli ultimi anni, per citare alcuni casi, in Italia sono state migliorate sia la resistenza ai patogeni nel melo (creando, ad esempio, una mela che resiste alla ticchiolatura), sia la qualità delle proteine nel grano duro, elemento fondamentale per la nostra tradizione di produzione di pasta.

Le nuove varietà ed i nuovi sistemi colturali saranno, quindi, caratterizzati da una maggiore efficienza nell'utilizzo delle risorse, grazie all'integrazione dei valori della tradizione con quelli dell'innovazione, favorendo in tal modo la competitività delle nostre imprese agricole. Le nuove strategie di breeding potranno, inoltre, far sì che le piante possano essere impiegate per la produzione non solo di cibo, ma anche di alimenti bio-fortificati, ricchi cioè di vitamine e minerali, alimenti funzionali, ossia in grado di svolgere un'azione preventiva sulla salute, principi farmaceutici, enzimi terapeutici e derrate per la produzione di energia.

Proprio in quest'ottica, il CREA ha recentemente ricevuto dal Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo, il finanziamento per tre anni di 8,5 milioni, che consentirà di implementare le ricerche in tale ambito. Il progetto Biotech riguarderà solo colture tipiche del made in Italy, quali vite, olivo, pomodoro, pesco, albicocco, agrumi, frumento, melanzana, melo, ciliegio, pioppo (in particolare quelle specie di cui già si dispone della sequenza del genoma, prerequisito per l'applicazione di tali tecniche), supportando il miglioramento genetico delle specie sulle quali si basano importanti filiere dell'agroalimentare di interesse per il Paese.

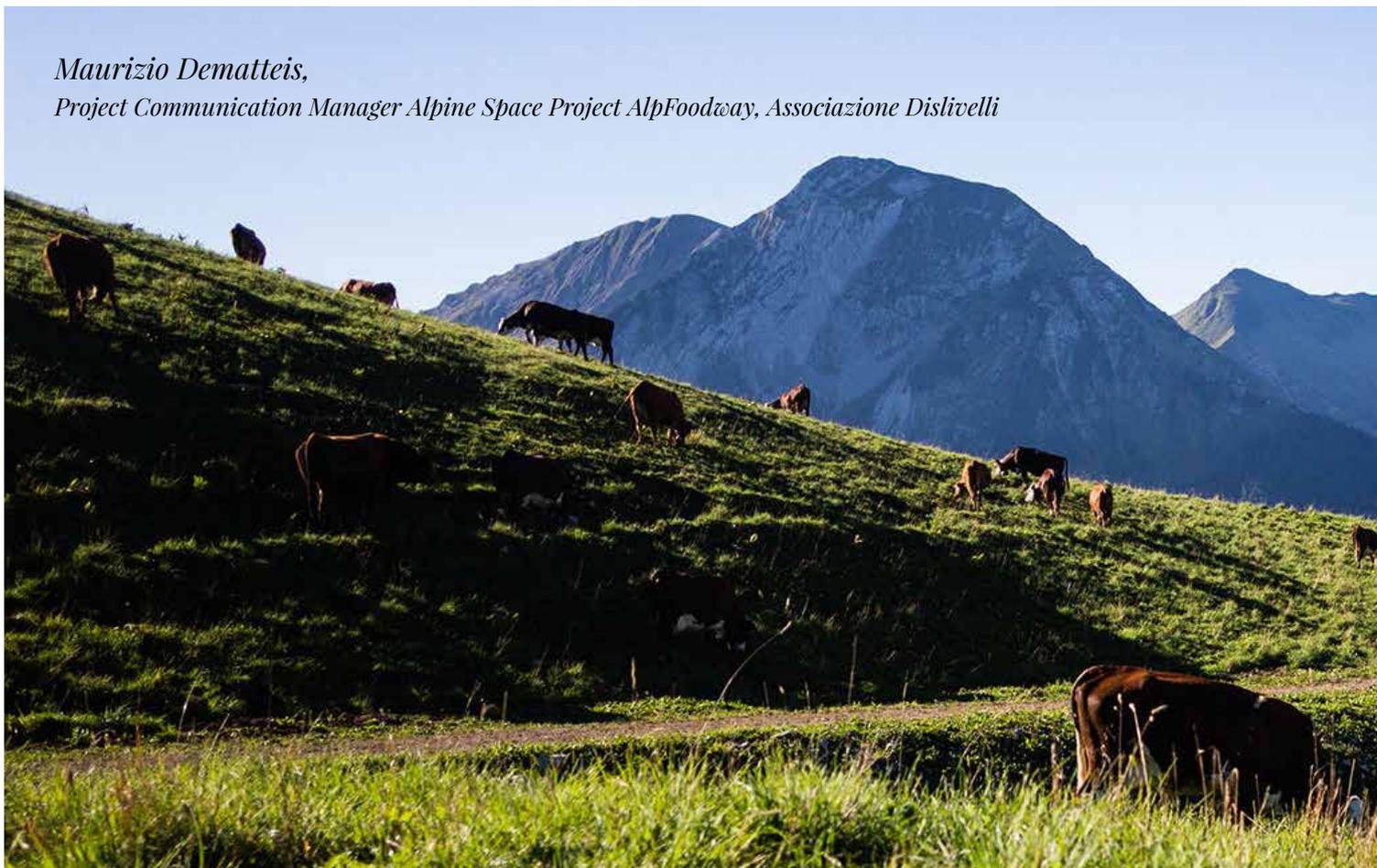
L'Italia ha, infine, finora investito moltissimo nelle conoscenze genomiche delle principali specie agrarie di interesse nazionale, sia in termini di progetti finanziati, sia in termini di ricercatori impegnati in questa attività. Sospendere tali attività di ricerca implicherebbe una sempre maggiore dipendenza del nostro Paese da varietà selezionate all'estero anche per molte delle sue filiere strategiche.

Proprio con questa consapevolezza e le accresciute competenze, il CREA è stato fra i firmatari del manifesto della SIGA (Società italiana di genetica agraria) "Prima i geni: liberiamo il futuro dell'agricoltura italiana", una sorta di position paper contenente dodici tesi per individuare la via italiana al nuovo miglioramento genetico e, di conseguenza, alla nuova agricoltura.

AlpFoodway: patrimonio culturale dell'umanità

Maurizio Dematteis,

Project Communication Manager Alpine Space Project AlpFoodway, Associazione Dislivelli



Un progetto Interreg Spazio Alpino alla scoperta delle pratiche tradizionali legate alla produzione, alla trasformazione e al consumo del cibo sulle Alpi: un lungo viaggio attraverso le comunità locali che ne custodiscono i segreti e che ancora oggi mettono in atto i loro saperi, adattandoli alle caratteristiche della società montana contemporanea. Questo, in estrema sintesi, è il Progetto AlpFoodway, ambiziosa operazione che vede impegnati 14 partner di 6 paesi alpini, supportati da oltre 40 observer, con 10 aree pilota di studio, per un tema, quello del cibo, che coinvolge potenzialmente i 70 milioni di abitanti dell'euroregione Eusalp, che si estende per 450.000 km².

L'obiettivo di AlpFoodway è quello di studiare il patrimonio culturale intangibile legato al cibo in tutto l'arco alpino, cercando di individuarne le caratteristiche comuni nelle terre alte dei sei paesi interessati. Partendo dalla consapevolezza che la cultura alimen-

tare è un elemento fondamentale dell'identità alpina che ancora oggi, attraverso la produzione del cibo, le ricette tradizionali e i rituali che ne circondano il consumo, racconta il rapporto tra le popolazioni di montagna, l'ambiente naturale e il paesaggio dei territori che abitano, svolgendo un ruolo di collante per le comunità locali e un importante veicolo di integrazione per chi di queste comunità entra a far parte.

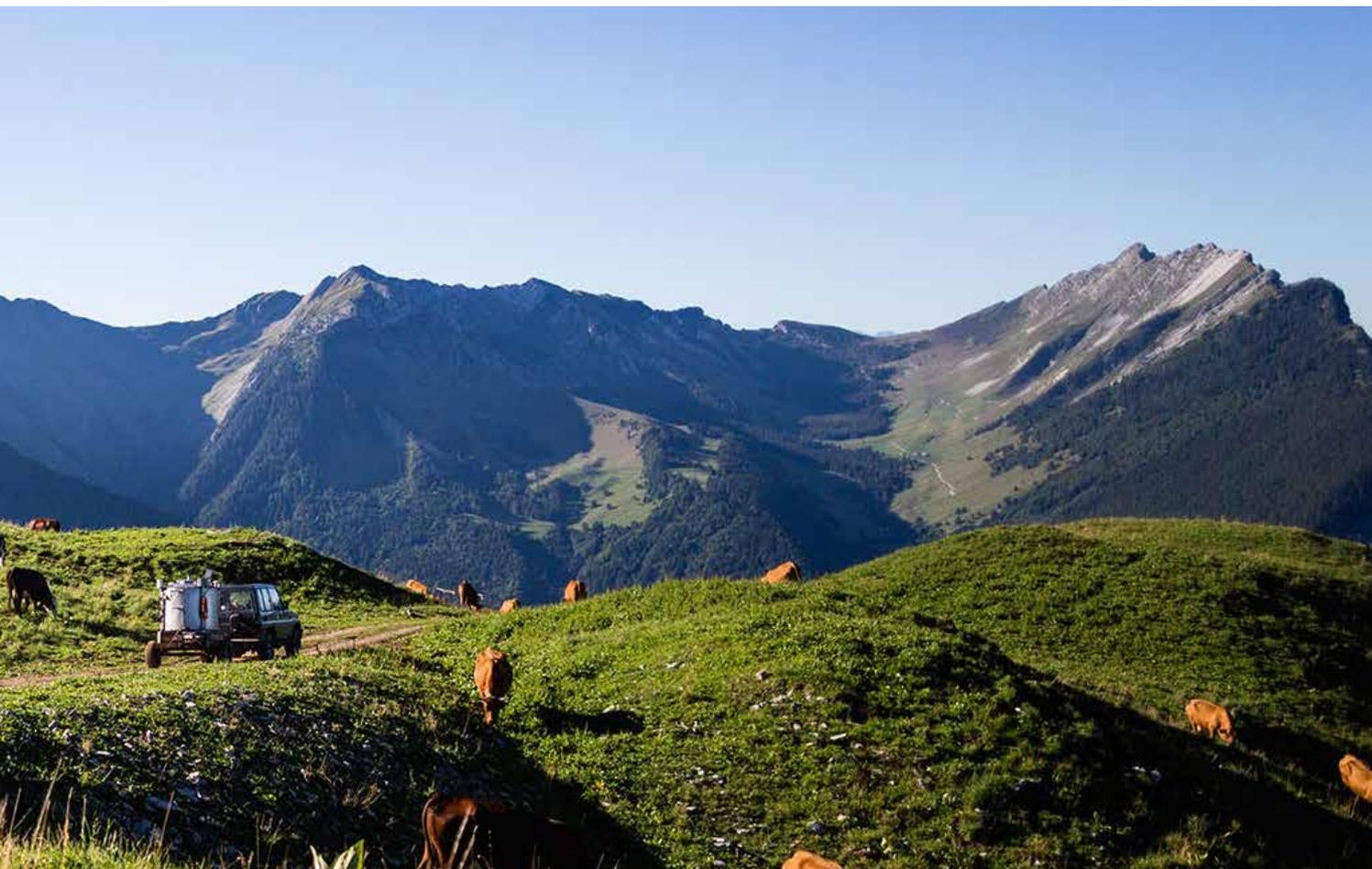
Se per le popolazioni alpine le "Foodway" rappresentano ancora un forte elemento identitario che va oltre i prodotti, comprendendo paesaggi produttivi, saperi tradizionali legati a tecniche di produzione, abitudini di consumo, riti e trasmissione di saggezze antiche, è anche vero che a causa dello spopolamento, dell'invecchiamento della popolazione e della globalizzazione, tale patrimonio risulta sempre più a rischio di scomparsa. AlpFoodway lavora, quindi, a un modello di sviluppo sostenibile per aree alpine periferiche basato sulla conservazione e la valoriz-

#AGRICOLTURANELPIATTO

zazione di patrimoni culturali alimentari e sull'implementazione di strumenti di marketing e di governance fortemente innovativi.

Partendo dalla mappatura del patrimonio alimentare tradizionale, il progetto costruisce un inventario online, raccolta di numerose storie, come ad esempio quella delle valli valdesi del Piemonte (Pellice, Chisone e Germanasca), dove un forte senso di identità sociale e culturale, oltre che religiosa, ha dato vita ad alcune abitudini e pratiche tipiche, come quella

AlpFoodway, inoltre, nel corso del suo primo anno di vita, è stato selezionato dalla Commissione Europea come uno dei progetti faro dell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale (European Year of Cultural Heritage - EYCH 2018). Perché, come ha ricordato l'ungherese Tibor Navracsics, Commissario europeo per l'Istruzione, la Cultura, la Gioventù e lo Sport, inaugurando l'Anno Europeo del Patrimonio Culturale: "Il patrimonio culturale è al centro del modello di vita europeo. Definisce chi siamo e crea un senso



della preparazione della mustardela (oggi Presidio Slow Food), un insaccato prodotto con il sangue e gli avanzi della macellazione del maiale, realizzato nel corso del tipico "festin dal crin", o quella della "supa barbetta", che prende il nome dall'appellativo dispregiativo di "barba" attribuito ai valdesi, e viene preparata con brodo di carne, grissini e formaggio (il piatto più rappresentativo della cucina valdese), preparata in occasione dei pranzi comunitari del 17 febbraio, festa delle libertà civili.

Grazie al patrimonio dell'inventario, AlpFoodway realizza corsi e moduli formativi e dà vita a una piattaforma di scambi culturali basata su eventi e percorsi turistici, arrivando all'approvazione di una Carta dei Valori del Patrimonio Alimentare Alpino e alla creazione delle basi per iscrivere l'Alpine Foodway nella lista del Patrimonio Culturale Intangibile dell'UNESCO.

di appartenenza. Il patrimonio culturale non è fatto solo di letteratura, arte e oggetti, ma anche dei saperi artigianali tramandatici, delle storie che raccontiamo, del cibo che mangiamo e dei film che vediamo. È necessario preservare il nostro patrimonio culturale e farne tesoro per le generazioni future". Una dichiarazione pienamente in linea con le attività di AlpFoodway, che ambiscono, per l'appunto, a fondare le basi per la costruzione di un'identità alpina transnazionale fondata sui valori espressi dalla cultura del cibo e per immaginare modelli di sviluppo sostenibile delle aree montane basati sulla conservazione e la valorizzazione di questo patrimonio.

www.alpine-space.eu/projects/alpfoodway/en/home

Rete della Biodiversità in Campania: tra recupero, associazionismo, occupazione e valorizzazione del territorio

Rosa Pepe

CREA - Centro di ricerca Orticoltura e Florovivaismo

La Campania si caratterizza per un alto livello di biodiversità vegetale testimoniato dalla presenza di una molteplicità di ambienti protetti: Parchi nazionali, regionali e una serie di Riserve Naturali. Interessante è la presenza di un gran numero di piccole aziende agricole multifunzionali, distanti dai circuiti della globalizzazione commerciale. In questi contesti gli usi e le tradizioni si tramandano ancora da generazioni, grazie anche alla scarsa e ridotta viabilità in alcune aree, che ha favorito la conservazione delle pratiche, tradizioni orali, culturali ed agrarie. In questi territori, quindi, i nostri agricoltori sono custodi di semi ma soprattutto sono custodi di conoscenze e saperi. Per tutelare queste identità vegetali il CREA - Centro di ricerca Orticoltura e Florovivaismo di Pontecagnano (SA), grazie al progetto RGV-FAO e ai progetti attivati con la Regione Campania, Comunità Montane, Comuni, sta lavorando per il recupero e la valorizzazione di un consistente numero di ecotipi locali soprattutto nel Parco nazionale del Cilento e in tutto l'areale campano. Il lavoro di ricerca per dare identità ad una risorsa vegetale è lungo e costoso e va di pari passo con lo studio del contesto territoriale.

Il lavoro di recupero della biodiversità locale può trasformarsi in una occasione di sviluppo per le comunità locali, sviluppando dinamiche economiche importanti. Una maggiore consapevolezza della popolazione relativamente all'unicità dei prodotti locali recuperati, contribuisce a trasformare la risorsa genetica in risorsa economica.

Diversi sono gli esempi di recupero e valorizzazione della biodiversità, ad esempio il Carciofo Bianco del Tanagro. La sua valorizzazione, iniziata nel 2003, è stata possibile grazie all'azione sinergica di 4 amministrazioni comunali (Pertosa, Auletta, Caggiano e Salvitelle) e 2 comunità montane (Tanagro e Vallo di Diano). Negli anni '60 il carciofo bianco era una fonte importante di reddito, poi per una serie di cause - l'e-

migrazione, l'abbandono e non redditività delle aree interne -, è diventata una coltura residuale e per i soli fabbisogni familiari, tanto che al suo primo censimento su 4 comuni, copriva appena la superficie di due ettari. Un'azione congiunta tra il CREA di Pontecagnano,

"Questi esempi di valorizzazione ci confermano che la biodiversità, può diventare un vero punto di forza ai fini di una economia locale sostenibile e allo stesso tempo economicamente valida"

gli amministratori locali positivi e lungimiranti, gli agricoltori ha permesso di riprendere la coltivazione del carciofo bianco. Slow-Food ha accompagnato il percorso di valorizzazione, favorendo l'istituzione del Presidio. Gli agricoltori si sono costituiti in associazione e poi in consorzio. Oggi la coltivazione può contare su oltre 50 ettari,

e il prodotto viene venduto fresco e trasformato (nella zona sono presenti 3 laboratori di trasformazione). Anche la stessa animazione territoriale ha avuto il merito di promuovere il carciofo, attraverso la partecipazione ad eventi regionali, nazionali ed esteri, attivando circuiti di turismo enogastronomico (che conta su un flusso di almeno 30.000 visitatori l'anno).

Un altro esempio importante di valorizzazione della biodiversità locale è il Pomodoro Fiascone - RE Umberto. Nel 2012 l'associazione Acarbio di Tramonti (Sa) ha consegnato un piccolo campione di semi al CREA. Da questo gesto è partito il recupero, basato sullo studio della caratterizzazione morfo-fenologica, chimico e nutraceutico. Il lavoro di animazione e concertazione in sinergia con il CREA, l'associazione Acarbio, il comitato promotore dei distretti rurali, la rete degli agricoltori custodi, gli chef del territorio e

#AGRICOLTURANELPIATTO

la buona amministrazione, hanno fatto determinare il buon risultato: nell'arco di 6 anni sono stati messi in coltivazione più di 4 ha di terreno su terrazzamenti, producendo intorno ai 400 ql di pomodoro. Per la trasformazione e commercializzazione, alcuni agricoltori si sono costituiti in una srl: l'azienda ritira i pomodori dagli agricoltori, li trasforma e commercializza, con buoni margini di guadagno, per tutti gli attori in rete. La comunicazione costante sui social, sito dedicato, partecipazione a programmi televisivi come linea Verde e GEO, hanno fatto conoscere molto questo prodotto, stimolando l'attenzione da parte dell'alta ristorazione, di stimatori e cultori.

Un ulteriore esempio di recupero è quello della Patata Biancone di Castelvita o patata di fossa. Questa eccellenza è da sempre coltivata sui pianori dei monti Alburni. La sua valorizzazione è stata resa possibile grazie al lavoro di animazione dal basso da parte dell'associazione la Pagoda, che ha coinvolto gli agricoltori, il CREA, consumatori e ristoratori locali. Dopo averlo caratterizzato sotto l'aspetto morfologico e genetico un gruppo di agricoltori, giovani e meno giovani, hanno costituito la cooperativa Laogemini che gestisce terreni comunali dedicati alla coltivazione della Patata, riconosciuta dall'amministrazione con la DE.CO (Denominazione Comunale). L'associazione la Pagoda accompagna l'animazione e la sensibilizzazione di consumatori locali e turisti, organizzando eventi culturali tematici.

Questi esempi di valorizzazione ci confermano che la biodiversità, può diventare un vero punto di forza ai fini di una economia locale sostenibile e allo stesso tempo economicamente valida, grazie alla messa in rete di tutti gli attori della filiera, che animano e vivono e nei singoli territori.

Agricoltura, turismo, storia e tradizioni sono infatti indissolubilmente legati per lo sviluppo dei territori in cui i giovani sono "agricoltori-contadini" e parte attiva ed integrante di un progetto reale di sviluppo e di vita di una comunità. La biodiversità trova il suo habitat ideale nei piccoli centri rurali, dove le persone hanno un sentito comune e il senso di appartenenza è molto forte: un prodotto locale rappresenta il momento di aggregazione e di condivisione di un obiettivo comune. Il sostegno scientifico (e non solo) che gli enti di ricerca possono dare agli agricoltori e al territorio è fondamentale.

È necessario accompagnare i percorsi di animazione territoriale, attraverso la formazione, informazione e best practice. I vantaggi di un percorso di recupero di una biodiversità locale sono molteplici: crea lavoro e reddito, consente di rimettere in coltivazione terreni, ridurre il dissesto idrogeologico, riduce l'abbandono dei territori e delle attività agricole. In questo percorso gli enti di ricerca e l'università hanno un ruolo strategico nell'accompagnare le dinamiche di sviluppo facendosene parte attiva, come gli esempi citati hanno ampiamente dimostrato.



What's up

a cura della Redazione
di RRN MAGAZINE

#annodelciboitaliano



Un calice di vino nella mano di Bacco, piatti abbondanti di cacciagione, pesci e crostacei per un banchetto luculliano, ceste ricolme di grappoli d'uva, pani, mele e melograni, cascate di ciliegie di tutti i pantoni di rosso.

È l'arte a riconoscere per prima la valenza culturale del cibo, il suo valore simbolico, sociale ed estetico, oltre che vitale, dall'epoca greco-romana fino all'avvento del barocco e al contemporaneo.

Così il Ministero per i beni e le attività culturali, insieme al Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali, ha inaugurato il 2018 Anno del Cibo Italiano, con una campagna social tutta incentrata su alimenti e piatti d'autore, quelli realizzati con tempera e chiaro scuro, in marmo o su ceramica, belli da concepirne profumo e gusto.

L'account Instagram @museitaliani posta e condivide circa 50 locandine digitali, tra le quali figurano la stele di Karo al Museo Egizio di Torino, la Cena con

sponsali di Gherardo delle Notti, la Natura morta con peperoni e uva di Giorgio De Chirico, così come le sculture di Darren Bader al Museo Madre di Napoli e i manifesti pubblicitari conservati al Museo Salce di Treviso. Non potevano poi mancare l'Ultima Cena di Leonardo, gli affreschi di Pompei, le nature morte della Villa Medicea di Poggio a Caiano e i dipinti della Scuola Napoletana.

Le regole della campagna social non cambiano: continua l'invito a visitare gli oltre 420 musei, parchi archeologici e luoghi della cultura italiani, a cercare, fotografare e condividere il tema del mese con l'hashtag #annodelciboitaliano.

La condivisione delle foto diventerà un reportage collettivo che, attraverso il cibo, racconterà anche la storia della nostra società, l'evoluzione del gusto, evidenziando quanto il patrimonio enogastronomico faccia parte dell'identità italiana.

Tutte le locandine della campagna dedicata all'#annodelciboitaliano sono disponibili su:
www.beniculturali.it/annodelciboitaliano

abstract

Eating is an agricultural act

Milena Verrascina

CREA - Research Centre for Agricultural Policies and Bioeconomy

“Eating is an agricultural act”, a simple and immediate slogan by Wendell Berry (*The Pleasure of Eating*, 2015) that summarizes a new vision of agriculture capable of respecting the ‘producing land’, the animals and the environment, recalling farmers responsibilities towards principles of sustainability, ecology and biology.

But the most interesting aspect of this simple slogan is its reference to the awareness.

Because over time, with the years of modernization and globalization, the gap between production and consumption has widened.

Because, for a certain period of history, the consumer has stopped knowing and questioning the production processes that bring to our tables what we eat.

Eating is the final act of a process that can start long before, thousands of miles away, in different environments and not always uncontaminated, make many steps, logistical and technological ones which can affect quality, in all its meanings.

In recent years we are witnessing a trend reversal, recording, especially in Western economies - and in Italy in a sustained manner - a new sensibility towards everything that connects directly the product to the consumption. There is more information regarding the offer induced by a renewed demand from the consumers, accompanied by many rules on the transparency of labeling, on food safety, on health and nutritional aspects of food, with a great attention to products resulting from the rediscovery of past traditions.

The renewed interest in the link between product and consumption finds different variations to which new market, cultural, relational and economic models refer. In many cases the rediscovery of the connection between products and territory represents a key factor. In fact the typical products, once considered neglected, return to be central in small rural economies representing a vehicle of knowledge of the territory, activating tourist circuits for enthusiasts and visitors. Furthermore the rediscovery of agrobiodiversity and traditional agricultural systems cre-

ated by human and strengthened over time that have represented the substratum for the birth of local cultures and identities. Then the search for a direct relationship between farmers and consumers, with the growth of forms of direct sales, farmers' markets, short supply chains, buying-groups, creating direct and unmediated relationships of trust. Finally the growth of denominated productions, which bear European brands or use trade or recognition marks that attest to their tradition, typicality and quality.

The issue of *RRN Magazine* seeks to make a point about this renewed attention to the connection between eating and producing, telling the main transformations of recent times, the opportunities for the typical agri-food products and some of the many experiences of revitalization, recovery, enhancement of traditional products and rural economies.

The Italian agri-food heritage remains one of the major levers for the development of our economy, our society and our rural territories, with its potential not yet fully expressed.

Next to this we must consider the strength that can increase the consumers awareness of food choices and the impact they can have on the environment and the economy.



#AGRICOLTURANELPIATTO

RRNMAGAZINE

un progetto di
Rete Rurale Nazionale
Ministero delle politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo
Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it
reterurale@politicheagricole.gov.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale

RETERURALE
NAZIONALE
20142020

mipaft
ministero delle politiche agricole
alimentari, forestali e del turismo



*Pubblicazione realizzata con il contributo del Feasr (Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale)
nell'ambito delle attività previste dal Programma Rete Rurale Nazionale 2014-2020*

ISSN 2532-8115