

Vendita diretta e corsi nel marketing aziendale

Un'azienda agricola specializzata nella produzione di funghi *champignon* di elevata qualità, che dal 2003 è impegnata nella diversificazione della propria attività attraverso la creazione di uno spaccio per la vendita diretta e l'organizzazione di momenti formativi per il consumatore, come corsi di degustazione e serate a tema.

Funghi Valentina, azienda agricola che dal 1980 opera nel settore della fungicoltura, conta oggi 40 dipendenti e 18 stanze colturali costituite da letti a tre livelli lunghi più di trenta metri, situati all'interno di strutture coperte e dotate di dispositivi computerizzati in grado di monitorare ogni fase della filiera, con lo scopo di tracciare la produzione dei funghi "dal campo alla tavola".

Le 18 stanze, inoltre, sono state realizzate all'interno di strutture basse e caratterizzate da forme e colori in armonia con l'ambiente

Denominazione	Azienda Agricola Funghi Valentina
Località	Minerbio (BO)
Contatti	tel.: 051.879760 - fax: 051.6621677 - cell.: 320.4883323 e-mail: info@funghivalentina.it - web-site: www.funghivalentina.it
Progetti e attività in corso	Ampliamento dell'area produttiva: in 6.000 mq di capannone troveranno spazio 12 stanze colturali, area servizi, area lavorazione per trasformazione. Previste anche degustazioni presso l'azienda in abbinamento ad altri prodotti del territorio.
Nascita	1980
Diversificazione	2003

naturale tipico delle aree di campagna. In associazione con la cura e la valorizzazione del laghetto situato all'interno del territorio aziendale e circondato da una folta vegetazione, le stanze testimoniano l'attenzione e il rispetto verso il territorio rurale in cui l'impresa opera. Anche la fase di combustione

(caldo e freddo) viene alimentata con l'energia pulita del metano.

La produzione media annua è di circa 140 milioni di funghi champignon, per un volume di 7 milioni di chilogrammi raccolti e confezionati rigorosamente in modo manuale. Dal punto di vista commerciale, il pro-



Foto Arch. Azienda



dotto viene distribuito sia a livello locale, attraverso il dettaglio tradizionale e la vendita diretta, sia sull'intero territorio nazionale, rifornendo grossisti e sfruttando il canale Horeca.

NEL 1980 LE PRIME SERRE

La storia dell'azienda inizia nel 1980 quando Oriano Borghi, fondatore dell'impresa e padre di Valentina, stanco di aspettare i cicli colturali dell'agricoltura tradizionale, decise di puntare sul settore della fungicoltura che, al contrario, favorisce lo sviluppo dell'imprenditoria agricola, ancora troppo legata all'impiego di pesticidi in pieno campo e condizionata dalle scelte imposte dai rivenditori di mezzi tecnici ed alla necessità della loro continua assistenza.

Sotto la spinta del rinnovamento nacquero le prime serre, costituite dalle strutture a tunnel coibentate, di norma impiegate nella coltivazione forzata di colture da insalata. Poi, con il passare degli anni, l'azienda si è ulteriormente sviluppata e specializzata fino alla costituzione di stanze colturali con un elevato livello tecnologico, in grado di garantire elevate *performance* produttive sia in termini di rese che di qualità.

Nel 1997 sono state implementate le strutture, e il numero delle stanze colturali è passato da 4 a 10. Nello stesso anno l'azienda ha aderito al marchio regionale Qualità Controllata (QC), che garantisce e certifica una produzione a basso impatto ambientale nel rispetto della salute dell'uomo. Il marchio QC, oltre che un utile strumento per ottenere prodotti di qualità, è stato utilizzato anche

come un'importante opportunità per comunicare i propri valori sociali. Infatti non è stato utilizzato solo come strumento di sostegno istituzionale per analisi e certificazione, ma anche per un'azione di marketing strategico incentrato sulla sua registrazione presso la Camera di commercio di Bologna in abbinamento con il marchio aziendale. Ciò per distinguere e valorizzare la produzione, comunicando l'impegno dell'impresa a rispettare gli appositi disciplinari di produzione integrata, l'ambiente e la salute umana.

Seguendo questa linea strategica, nel 1998 è stato introdotto un sistema che identifica il nominativo della raccogliitrice su ogni confezione di funghi, attraverso l'utilizzo di codici e barre. Un primo passaggio verso l'attuale sistema di rintracciabilità di filiera informatizzato, che l'azienda utilizza per trasmettere ai consumatori un messaggio di fiducia e responsabilità nella preparazione dei prodotti alimentari.

L'evoluzione aziendale è poi proseguita nel corso del 2000, quando sono state ulteriormente sviluppate le strutture di produzione, passando dalle 10 stanze colturali costituite da tunnel coibentati alle attuali 18 strutture.

SPACCIO AZIENDALE E PRODOTTI TRASFORMATI

A completamento di questo percorso di miglioramento e comunicazione, l'azienda agricola ha partecipato e supportato la campagna europea dello champignon che - per promuovere le diverse tipologie di prodotto - ha creato il cosiddetto "vademecum del consumatore", uno strumento in grado di comunicare le caratteristiche del fungo di qualità, come la forma, la consistenza, il colore, il grado di chiusura del cappello, ecc.

Infine, nel biennio 2006-2007 è stato realizzato uno spaccio aziendale per incrementare la distribuzione del prodotto, utilizzando la vendita diretta come volano per la sua commercializzazione: a tale scopo la Funghi Valentina ha sviluppato una specifica strategia di marketing.

Dal punto di vista produttivo è stata anche ampliata la gamma delle proposte, attraverso l'introduzione di alimenti trasformati a base di funghi, come conserve dolci, paté, tortelloni, champignon in olio e grigliati. I prodotti trasformati vengono lavorati per conto terzi da un'azienda olivicola pugliese e da una mantovana che si occupa della produzione di conserva. I funghi vengono rac-



Foto Arch. Azienda



Foto Arch. Azienda

colti freschissimi, trasportati e lavorati in giornata, ponendo la massima attenzione al rispetto della catena del freddo. Le strategie di marketing, invece, sono state

sviluppate attraverso una serie di iniziative quali serate a tema, eventi e *meeting*, impiegando cuochi, nutrizionisti ed altri imprenditori agricoli scelti in funzione degli abbi-

namenti previsti: funghi e patate, funghi e vini, funghi e olio, funghi e formaggi.

A supporto della promozione della nuova gamma di prodotti e delle iniziative svolte all'interno dell'azienda, è stato predisposto un sito internet, ricco di contenuti divulgativi tra cui rivenditori, prodotti, ricette, consigli nutrizionali e rintracciabilità.

Le attività descritte disegnano un esempio di azienda agricola di successo, contraddistinta dal connubio tra territorio ed innovazione. Legando i sapori della gastronomia tradizionale all'innovazione tecnologica, alla rintracciabilità di filiera, al marketing ed alla comunicazione, la Funghi Valentina ha saputo valorizzare le qualità imprenditoriali e gestionali della dirigenza, sfruttando le capacità di penetrazione del mercato dei propri prodotti. ■

L'agriturismo si sposa con i percorsi benessere

Tra le più antiche e storiche corti rurali della pianura bolognese, S. Maria Maddalena è un'azienda agricola situata a Budrio. La sua nascita risale al 2000 con la volontà di recuperare e rilanciare l'impresa di famiglia.

Con questa finalità, già dal 2003 l'azienda è stata oggetto di un'opera di riconversione verso un'attività multifunzionale che riguardava la vendita diretta dei propri prodotti, la gestione di una fattoria didattica e l'ospitalità con pernottamenti, ristorazione ed altri servizi legati al tempo libero.

La fattoria didattica ed il pernottamento sono attivi già dal 2003; il servizio di ristorazione, invece, è stato aperto nel 2005 ed offre pietanze preparate secondo antiche ricette locali e familiari. Utilizza prodotti tipici come la patata Dop di Budrio, oltre a prodotti coltivati, che rappresentano la più tradizionale attività aziendale.

Attualmente la struttura agrituristica, com-

Denominazione	Agriturismo S. Maria Maddalena
Località	Budrio, località Bagnarola (BO)
Contatti	tel.: 051.6927071 - tel.: 051.800456 e-mail: info@santamariamaddalena.it - web-site: www.santamariamaddalena.it
Nascita	2000
Diversificazione	2003



Foto Arch. Azienda

posta da 11 camere, è dotata di tutti comfort e delle moderne tecnologie (Tv satellitare, internet, climatizzazione, ecc.) e costituisce la principale fonte di reddito.

Oltre a disporre di un negozio aziendale e dei percorsi formativi della fattoria didattica, S. Maria Maddalena dà la possibilità ai propri ospiti di occupare il tempo libero con una serie di attività di tipo ludico-creativo, quali la pesca sportiva, i percorsi benessere, *fitness*, il tiro con l'arco ed i corsi di *orienteeering*. Inoltre, a disposizione di tutti gli ospiti c'è un centro benessere interno all'azienda, costituito da sauna, sala massaggi, bagni di fieno, percorsi naturali e igienistici, piscina e vasca idromassaggio riscaldata.

L'azienda fa parte di un consorzio composto da 12 imprese agricole ed agrituristiche



della provincia di Bologna che, attraverso il portale internet "Veri Sapori" (www.verisapori.it), ha realizzato un servizio di prenotazioni *on line* mirato a promuovere l'attività di *in-coming*, presentando diverse proposte ricettive che comprendono corsi di cucina, *wine tour*, *wellness tour*, Bologna tour, World Champion tour. Tale associazione rappresenta una sorta di marchio "ad ombrello", (paniere di prodotti tipici e servizi agrituristiche) realizzato per promuovere il territorio rurale bolognese attraverso pacchetti turistici mirati, ristorazione all'insegna delle ricette gastronomiche locali e della vendita diretta di prodotti biologici e di qualità.

La creazione di collaborazioni è dunque un



Foto Arch. Azienda

fattore strategico per poter favorire la diversificazione della propria attività. La nascita di cooperative, associazioni e aggregazioni mostra un chiaro esempio di come si modifica la struttura dell'impresa agricola in relazione alle esigenze del mercato. Queste soluzioni offrono l'opportunità, anche a realtà di piccole dimensioni, di raggiungere con i propri prodotti o servizi altri mercati e nuovi clienti, anche se ciò comporta una parziale rinun-

cia di autonomia nelle scelte aziendali.

Un altro punto di forza dell'azienda agrituristica S. Maria Maddalena è aver intuito esigenze e direzione del mercato, osando investimenti sia in termini finanziari che di risorse umane che, seppur con qualche difficoltà nei rapporti con le istituzioni locali e i tempi della burocrazia, hanno trasformato una semplice azienda agricola in un elegante ed attrezzato agriturismo. ■



Foto Altamura

Camere con vista su colline e vigneti

Nel cuore del Parco regionale dell'Abbazia di Monteveglio (BO), Corte d'Aibo è un'azienda agricola specializzata nella produzione di vini di qualità, che ha diversificato la propria attività con successo costituendosi come agriturismo.

La produzione di vino da uve biologiche, controllate e certificate dall'Aiab già dal 1991, rimane l'attività fondamentale di questa realtà, coprendo il 60% dell'intero fatturato. Infatti, con l'aiuto delle più moderne tecnologie di vinificazione e sfruttando le favorevoli condizioni pedoclimatiche della bassa collina, Corte D'Aibo è impegnata nella ricerca della qualità e della tipicità dei vini, confermata a livello nazionale ed internazionale da prestigiosi premi e riconoscimenti. Tra i vini più rappresentativi ricordiamo il Pignoletto frizzante, il Pignoletto classico, il Sauvignon, il Cabernet Sauvignon, il Merlot ed il Barbera.



Corte d'Aibo
coltura biologica cultura del vino

Accanto all'attività di vinificazione sorge un elegante agriturismo che offre ospitalità in 12 comode camere doppie recentemente ristrutturate, in linea con le caratteristiche architettoniche del complesso storico ed esaltate da una splendida vista su colline e vigneti. Il ristorante è rinomato per la scelta e la peculiarità dei cibi proposti, grazie al mantenimento di un forte legame con il territorio ed ad un'attenta cura nella ricerca e uti-

Denominazione	Corte d'Aibo soc. agricola. coop.
Località	Monteveglio (BO)
Contatti	tel.: 051.832583 - fax: 051.832583 - cell: 349.6734983 Antonio e-mail: cortedaibo@libero.it - web-site: www.cortedaibo.it
Progetti e attività in corso	Progetto di conversione da agricoltura biologica ad agricoltura biodinamica. Realizzazione di bio-lago ed area sosta camper.
Nascita	1988
Diversificazione	2001



Foto Arch. Azienda

lizzo di materie prime di qualità, spesso acquistate da altre aziende agricole attraverso la formula del baratto, utile alla valorizzazione dei prodotti del territorio.

Una caratteristica peculiare di Corte d'Aibo riguarda il suo carattere internazionale, manifestato sia dagli elevati volumi di vino commercializzati all'estero, sia dalla numerosa clientela proveniente dai Paesi del Nord Europa.

VINI DI QUALITÀ E AGRITURISMO

Corte d'Aibo nasce nel 1988 da un progetto imprenditoriale di un gruppo di giovani modenesi che intendevano realizzare un'azienda vitivinicola orientata alla produzione di vini di alto livello, affiancata ad un'attività agrituristica. Così, alla fine degli anni '80, i giovani viticoltori acquistarono un fondo di 18 ettari di superficie già completa-



Foto Arch. Azienda

mente vitata che, fino ad allora, era stata dedicata alla coltivazione di uve destinate alla produzione di vino commercializzato sfuso. Per la riconversione dei vigneti già esistenti iniziò un lungo lavoro di rinnovamento, anche attraverso la realizzazione di nuovi impianti ad alta densità e di una moderna cantina. Il lavoro di valorizzazione delle produzioni è continuato negli anni successivi fino alla completa ristrutturazione della cantina avvenuta nel 2002, con l'adozione del-

le più moderne tecnologie enologiche e l'avvio della fase di imbottigliamento e commercializzazione.

Oltre all'attività agricola, è nata da subito l'idea imprenditoriale legata alla diversificazione in attività extra-agricole, identificando nell'agriturismo un'opportunità preziosa, sia per il guadagno economico derivante dalla vendita dei prodotti, sia come strumento necessario per dare una risposta concreta alle aspettative del consumatore fina-

le, attraverso la vendita diretta, la promozione ed il consumo in azienda delle proprie produzioni.

A tale scopo, Corte d'Aibo ha provveduto ad eseguire i lavori di ristrutturazione dell'antica casa, che hanno permesso di dar avvio all'attività agrituristica nel 2001, gestendo l'ospitalità in 4 camere con bagno ed una sala ristorante da 40 posti. Struttura che, in seguito ad evoluzioni successive, oggi consta di 12 camere ed una sala ristorante da 80 posti, oltre a un ex fienile recentemente ristrutturato ed utilizzato per lo svolgimento di banchetti, riunioni ed attività di gruppo.

IL PESO DELLE POLITICHE AGRICOLE REGIONALI

Il principale fattore di successo che ha portato Corte d'Aibo alla strutturazione attuale sta nella capacità del gruppo imprenditoriale di aver intuito le grandi opportunità derivanti dalla realizzazione di un'attività agrituristica, precorrendo il boom degli agriturismi registrato negli ultimi anni. Questo ha consentito ai giovani agricoltori modenesi di sfruttare appieno i vantaggi derivanti dal modello agrituristico.

Accanto all'intuizione e allo sviluppo di un intelligente progetto aziendale, emerge l'influenza che la politica agricola regionale ha esercitato sulle scelte imprenditoriali, prima attraverso la legge sulla cooperazione giovanile che ha permesso la ristrutturazione iniziale dell'azienda, poi con la prima legge sull'agriturismo che dal 1994 riconosce e regola l'attività del settore. Infine, la scelta di produrre vino da uve coltivate col metodo biologico nasce in seguito al progetto dell'amministrazione comunale di Monteveglio finalizzato alla realizzazione del Parco regionale dell'Abbazia, supportato dalla produzione di vino ecologico e anticipando di diversi anni il concetto delle produzioni biologiche.

Questo forte slancio iniziale, catalizzato in parte dall'ente pubblico, ha visto negli ultimi anni un rallentamento che gli imprenditori stessi attribuiscono ai sempre più pressanti obblighi burocratici ed amministrativi che impegnano fortemente la direzione aziendale a scapito dello sviluppo di nuove idee e progetti. ■



Foto Arch. Azienda

Lavanda, cosmetici e cibo casalingo di tradizione

I Murello, azienda agricola a conduzione familiare situata nelle campagne di Medicina, in provincia di Bologna, affonda le sue radici nell'antica tradizione tramandata di generazione in generazione e oggi rappresenta un interessante esempio di diversificazione e multifunzionalità: agriturismo, fattoria didattica e vendita diretta di alimenti, lavanda e prodotti cosmetici derivati dalla trasformazione di questa pianta.

L'azienda ha 280 ettari, 270 dei quali destinati alla coltivazione di sorgo, mais, grano, barbabietola da zucchero, noci, lavanda, erbe aromatiche e soprattutto erba medica; quest'ultima è lavorata in proprio e il foraggio prodotto viene venduto direttamente ad azien-

Denominazione	Azienda Agricola Il Murello - Agriturismo
Località	Villa Fontana (BO) - Fraz. Fiorentina
Contatti	tel.: 051.6962054 - fax: 051.6965764 e-mail: info@agriturismoilmurello.it - web-site: www.agriturismoilmurello.it
Nascita	1983
Diversificazione	2004

de zootecniche (principalmente di Lombardia e Sardegna) specializzate nella produzione del latte di alta qualità "Arborea". Inoltre, nei pressi di un antico macero utilizzato in origine per la lavorazione della canapa, si coltivano le materie prime impiegate nella preparazione dei pasti per il servizio di ristorazio-

ne, come ortaggi, piante da frutto e rose. Tutte le coltivazioni sono ottenute con il metodo di difesa integrata, ad eccezione della lavanda che viene coltivata secondo la tecnica del biologico, garantita dal certificato Bioagricert. La principale fonte di reddito è rappresentata dall'attività agrituristica di ristorazione e



Foto Arch. Azienda



Foto Arch. Azienda



Foto Arch. Azienda

soggiorno, promossa anche attraverso le numerose iniziative svolte come fattoria didattica: percorsi di educazione alimentare per le scuole, corsi di cucina e degustazione vini ed un'esposizione permanente di quadri di artisti emiliano-romagnoli. Il Murello gestisce anche la vendita diretta delle proprie produ-



zioni: nocino, rosolio, marmellate e prodotti derivati dalla trasformazione della lavanda, come cosmetici, pane e biscotti. Nei mesi di giugno e luglio si tiene l'iniziativa "Pick yourself", in cui il consumatore è invitato a raccogliere il proprio mazzo di lavanda utilizzando un kit composto da falchetto, cestino ed attrezzatura per la pesa e la rilegatura dei mazzi.

UNA SCELTA RISCHIOSA MA VINCENTE

Il processo di evoluzione dell'impresa, che ha portato ad una graduale diversificazione, è iniziato nel 2000 quando Il Murello, su consiglio dell'organizzazione professionale di categoria di appartenenza (la Cia) ha iniziato a sfruttare le strutture interne a scopo turistico, convertendo il fienile ed il magazzino in edifici per l'ospitalità e la ristorazione. Il percorso di conversione è stato poi catalizzato da una serie di fattori esterni, come la crisi del mercato delle *commodity* negli

anni 2000-2004, il crollo del comparto bieticolo regionale e le possibilità di finanziamento offerte dal Programma di sviluppo rurale 2000-2006.

L'analisi del settore, unita al desiderio di riscoprire un rapporto diretto con il consumatore, ha spinto l'imprenditore a considerare la diversificazione come una valida strategia di evoluzione aziendale, in grado di creare reddito per tutti i componenti della famiglia e di valorizzare le specifiche competenze a livello gestionale.

Nonostante gli elevati rischi dell'investimento, che prevedeva una costosa ristrutturazione dei fabbricati rurali adibiti all'attività agritu-

ristica, la scelta ha riscosso un immediato successo tra i consumatori, con un numero di presenze molto superiore alle aspettative. L'implementazione dell'attività agrituristica, inoltre, ha consentito una crescita professionale dell'imprenditore e dei componenti della famiglia che - oltre ad aver arricchito il proprio bagaglio culturale grazie alla partecipazione a numerosi corsi di formazione su tematiche d'interesse come agriturismo, fattoria didattica, cucina, vendita diretta e sicurezza sul lavoro - hanno saputo creare un gruppo solidale e coeso, un ambiente gradevole e un rafforzamento dei legami affettivi. ■



Foto Arch. Azienda

L'olio dai girasoli e compagnia dai cincillà

Agriturismo, fattoria didattica, produzione di energia attraverso un impianto fotovoltaico, coltivazione di girasole e relativa produzione di olio. E poi ancora l'allevamento: di pesci di acqua dolce; di pecore per la produzione di lana merinos; di struzzi ed emù da carne; di cincillà da compagnia. Per finire con la produzione di miele, aceto balsamico e vendita diretta, gestione di un bosco polifunzionale e di una zona umida: queste sono le numerose attività svolte dall'azienda agrituristica Valle 5°, gestita dalla famiglia Terzi di S. Girolamo di Guastalla (RE). Brillante esempio di diversificazione e multifunzionalità all'interno di una piccola azienda agricola a gestione familiare.

Dei 10 ettari di terreno di proprietà, quattro sono dedicati alla coltivazione del girasole, trasformato in olio direttamente all'interno dell'azienda. L'allevamento di carpe e pesce gat-

Denominazione	Azienda agrituristica Valle 5°
Località	San Girolamo di Guastalla (RE)
Contatti	tel.: 0522.820227 - fax: 0522.228547 - cell. 335.526556 e-mail: terzi3.3@libero.it - web-site: www.valle5.com
Progetti e attività in corso	Ampliamento dell'impianto fotovoltaico
Nascita	1985
Diversificazione	1992

to viene effettuato in tre laghetti che occupano due ettari di superficie. La zona dedicata all'allevamento ed al pascolo di struzzi, emù e pecore si estende, invece, su circa un ettaro, così come il bosco polifunzionale e la zona umida, che consiste in una porzione di terreno finalizzata alla conservazione della diversità biologica ed alla tutela di una serie di habitat e di specie animali e vegetali rare.

In particolare tali aree - realizzate dal progetto Natura 2000 - rispondono ad una direttiva europea che prevede che gli Stati dell'Unione europea contribuiscano alla costituzione della rete ecologica, individuando ambiti di particolare pregio ambientale denominate Siti di Importanza Comunitaria (SIC), ai quali vanno aggiunte le Zone di Protezione Speciale (ZPS), previste dalla direttiva n. 409 del 1979.

Per quanto riguarda la sezione aziendale dedicata all'allevamento, si fa riferimento a tre diversi filoni: allevamento di cincillà da compagnia, allevamento di pecore per la produzione di lana merinos ed allevamento di struzzi ed emù da carne.

LANA MERINOS PER IL NORD ITALIA

L'allevamento di cincillà da compagnia viene realizzato in strutture situate all'interno della superficie aziendale. La vendita dei cuccioli sfrutta canali di commercializzazione innovativi, quali l'e-commerce, con particolare riferimento ai portali subito.it e ebay.it. Altrettanto peculiare è l'allevamento di pecore che, con circa 30 capi dedicati alla produzione di lana di colorazione naturale bianca, marrone e nera, rappresenta il principale produttore di lana merinos del nord Italia. La tosatura viene effettuata direttamente in azienda, mentre la trasformazione della lana in filati viene commissionata esternamente.



Foto Altamura



Foto Altamura

Infine, l'allevamento di struzzi è dedicato prevalentemente alla produzione di carne utilizzata per l'attività agrituristica, costituita da un ristorante che può servire fino a 4.000 pasti all'anno. Il menù consiste in piatti a base di struzzo, pasta fresca al torchio, carpe e pesce gatto su prenotazione, agnellone e arrosticini ricavati dalla macellazione degli esemplari maschi dell'allevamento di pecore.

In associazione all'attività agrituristica, la famiglia Terzi si occupa anche della vendita diretta di miele, aceto balsamico, portafogli e cinture in pelle di struzzo, filati e maglie di lana merinos.

L'azienda, inoltre, produce e vende annualmente oltre 60.000 kw di energia prodotta attraverso un impianto fotovoltaico da 50 kw di potenza. Questa attività costituisce il fulcro della prossima strategia di espansione



Foto Altamura

aziendale, che prevede l'ampliamento dell'impianto fino ad almeno 400 kw.

IL PRIMO ALLEVAMENTO DI STRUZZI IN ITALIA

La storia dell'azienda agrituristica Valle 5° inizia nel 1985, quando la famiglia Terzi acquista un podere di una decina di ettari in cui si praticava prevalentemente la pesca sportiva e l'allevamento ittico di pesce gatto nostrano. Nel 1987 compie il primo passo verso la diversificazione, avviando l'attività agrituristica, inizialmente abilitata per mille pasti all'anno, portati a 2.000 dopo soli quattro anni e raddoppiati ulteriormente agli inizi del 2000. Dal 1997, invece, inizia l'attività zootecnica con un allevamento di struzzi. Si è trattato di un'esperienza d'avanguardia, infatti è stato il primo in assoluto per il panorama nazionale,

portato avanti con successo anche grazie ad un viaggio in Oklahoma necessario per acquisire le competenze già messe in atto dagli allevatori americani.

Nel 1998 viene avviato l'allevamento dei cincillà da compagnia, garantiti con certificato di razza; nel 2003 Valle 5° aderisce al progetto regionale "Fattorie Didattiche" e nel 2007, infine, viene inaugurato l'impianto fotovoltaico. Le ragioni alla base del processo di diversificazione riguardano, da un lato, le caratteristiche del terreno aziendale che risulta asfittico, dunque scarsamente vocato alla coltivazione, e dall'altro le motivazioni personali della famiglia Terzi, fortemente orientata alla ricerca di produzioni innovative, all'implementazione di nuove attività e, soprattutto, alla trasformazione delle materie prime. ■



Foto Altamura



Foto Altamura

Ristorazione di qualità in ambiente contadino

Le piccole realtà agricole collocate nelle zone montane dell'Emilia-Romagna, in relazione alla sempre maggiore difficoltà di creare reddito attraverso lo sviluppo della sola attività agricola, sono portate a sfruttare le risorse disponibili. Per questo affiancano alla tradizionale attività la valorizzazione del territorio sia, e soprattutto, attraverso il turismo, sia con la naturale vocazione alla produzione di alimenti di nicchia che sono in grado di esaltare i sapori tipici e tradizionali.

Denominazione	Azienda Agritouristica Mulino di Culmolle di Castellazzi Susanna Maria
Località	fraz. Poggio alla Lastra - Bagno di Romagna (FC)
Contatti	tel.: 0543.913039 - fax: 0543.913039 e-mail: info@mulinodiculmolle.it - web-site: www.mulinodiculmolle.it
Progetti e attività in corso	Organizzazione di escursioni con guide ambientali
Nascita	2001
Diversificazione	2001



Foto Arch. Azienda



Foto Arch. Azienda

In questo senso il Mulino di Culmolle ha saputo sfruttare appieno le potenzialità del territorio e, grazie alla suggestiva collocazione e alle scelte imprenditoriali effettuate, ad oggi rappresenta un vero e proprio esempio di diversificazione, ricavando la quasi totalità del fatturato da attività di tipo extra-agricolo, come l'agriturismo.

Tra i fattori di successo di questa realtà vi è sicuramente la capacità dell'attuale proprietà, che dal 2001 ha ottenuto il massimo rendimento dall'azienda agrituristica già esistente dal 1982 nella suggestiva valle del Bidente, sulle rive del fiume Bidente di Pietrapazza, ai margini del Parco nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna. In questo contesto sorge Mulino

di Culmolle, con i suoi 7 ettari di estensione a 300 metri sopra il livello del mare. La superficie aziendale è in gran parte coperta dal bosco, utile a ricavare la legna per riscaldare. Inoltre si coltivano ortaggi biologici e si allevano animali da cortile, come polli, conigli, anatre, maiali, cinghiali, capre e cavalli.

L'ANTICO MULINO DEL 1700

L'elemento caratterizzante è rappresentato proprio da un antico mulino risalente al 1700, con pale a cucchiaino e macine in pietra, collocato sulle rive del fiume Bidente che scorre attraverso il podere. Dell'antico mulino, purtroppo, resta la sola struttura esterna in pietra ed un vaso che raccoglie l'acqua del fiume per alimentare una turbi-

na, utile a fornire 3 Kw/h di energia elettrica all'azienda.

L'attività agrituristica può contare su una struttura che offre 23 posti letto e su una sala ristorante per 30 persone. Per una precisa strategia aziendale, l'ambiente è rimasto





Foto Arch. Azienda

quello tipico contadino, sottolineando così il contesto originario.

La ristorazione è improntata sulla valorizzazione delle tradizioni locali e sull'estrema attenzione rivolta alla scelta delle materie prime ed alla loro stagionalità. Gli alimenti, infatti, provengono dall'attività agricola aziendale e da quella di altre aziende biologiche insediate sul territorio.

Per quanto riguarda le attività per il tempo libero, Mulino di Culmolle ha stipulato una convenzione con lo stabilimento termale "Santa Agnese" di Bagno di Romagna. Collabora con la A.S.D. Cavalli del Comero, che organizza gite a cavallo su tutto il territorio comunale. Inoltre, sono numerose le escursioni programmate con guide ambientali e del Parco nazionale delle Foreste Casentinesi; infine, per gli esperti di *mountain bike*, vengono proposti percorsi per esplorare la zona, ripercorrendo le antiche mulattiere.

La particolare ubicazione della struttura - collocata sulle rive del fiume Bidente di Pietrapazza - la singolarità del mulino con la sua storia, la natura incontaminata che circonda l'agriturismo e l'alta qualità della tradizione enogastronomica trovano forte apprezzamento tra gli ospiti del Mulino di Culmolle.



Foto Arch. Azienda

Tuttavia il territorio montano di Forlì e Cesena, che ha il primato di essere la provincia più forestata d'Italia, risulta ancora poco sfruttato dal punto di vista turistico, con una domanda decisamente sottodimensionata rispetto alle possibilità ecocompatibili di ricettività. Quindi l'ulteriore sviluppo della zona risulta particolarmente vincolato ad una più incisiva promozione del territorio. ■

Ospitalità di classe nella fattoria didattica

La Lepre Bianca è un'impresa agricola ad indirizzo frutticolo, impegnata direttamente nella commercializzazione dei propri prodotti all'estero, che dal 2005 ha diversificato con successo la fonte di reddito, attraverso l'introduzione di un'attività agrituristica e di una fattoria didattica. Dal 1999 l'azienda si occupa prevalentemente

Denominazione	Azienda Agrituristica Lepre Bianca
Località	Renazzo di Cento (FE)
Contatti	tel.: 051.18895087 - fax: 051.18895087 - cell.: 328.9526751 Barbara 328.7858407 Andrea - e-mail: info@biancalepre.com - web-site: www.biancalepre.com
Nascita	1999
Diversificazione	2005



della produzione primaria di pere, fino alla commercializzazione del prodotto fresco attraverso i principali canali distributivi europei, in particolare le importanti catene della Gdo del nord Europa come Tesco e Sainsbury. Dal 2005 offre anche un servizio di ospitalità, soggiorno e ristorazione, oltre che di comunicazione attraverso il rafforzamento di percorsi formativi come fattoria didattica.

Per raggiungere l'attuale livello di impegno

e dinamicità, l'imprenditore agricolo ha realizzato una strategia di sviluppo organizzata in fasi successive, che hanno permesso una crescita graduale e costante. Il primo passo è stato ottenere la certificazione sul biologico, molto importante per proporre i prodotti alle grandi catene distributive europee e per garantire la tracciabilità di filiera, il rispetto dell'ambiente e della salute umana. Successivamente è stato realizzato un marchio aziendale e alla tradizionale attività agri-

cola si è aggiunto il servizio di ristorazione, ospitalità e didattica.

La diversificazione ha permesso alla Lepre Bianca di essere accreditata nel circuito delle fattorie didattiche e di partecipare all'evento "Fattorie aperte"; ne è conseguita una promozione gratuita per l'impresa, tramite iniziative divulgative svolte dalle istituzioni, con la realizzazione di *brochure*, locandine, comunicazione sui portali internet e guide didattiche, e la relativa distribuzione sul territorio a livello locale e regionale.

Nel 2006 l'azienda ha vinto il premio "Oscar Green Coldiretti Impresa" per la categoria "tutela dell'ambiente e sostenibilità". Questo riconoscimento ha portato a una notevole promozione mediatica dell'agriturismo, che attraverso riviste specializzate, trasmissioni televisive e radiofoniche, quotidiani nazionali, manifestazioni, convegni, siti internet e portali istituzionali (di Coldiretti, Mipaaf, Ismea ed altri), ha permesso all'azienda di farsi conoscere su tutto il territorio nazionale in modo gratuito. Dalla fine del 2007, infine, è entrata a far parte delle rete *on line* del Consorzio degli agriturismi della provincia di Ferrara, costituito da un portale di valorizzazione del territorio rurale (www.agriturismiferrara.com) che viene utilizzato sia come strumento per pubblicizzare le attività delle trenta aziende aderenti (vendita diretta, soggiorno, ristorazio-



Foto Arch. Azienda

ne, fattoria didattica), sia come strumento di prenotazione su Internet dei servizi offerti.

LE INNOVAZIONI INTRODOTTE E LE DIFFICOLTÀ INCONTRATE

La principale motivazione che ha spinto l'azienda agricola alla diversificazione è stata

l'opportunità di aumentare il proprio reddito, anche in relazione al calo dei consumi alimentari ed alle difficoltà strutturali che il settore frutticolo sta vivendo negli ultimi anni. Inoltre questa scelta ha permesso di ottimizzare le risorse strutturali dell'azienda, come la stalla, il fienile e l'abitazione, che sono state sfruttate per realizzare le camere, il ristorante, un ambiente relax, la sala massaggi e la sauna. In aggiunta a ciò, non va dimenticata la naturale predisposizione del proprietario a sviluppare attività imprenditoriali, unita al piacere dell'ospitalità e di far conoscere i propri prodotti.

Lungo questo cammino la Lepre Bianca ha dovuto comunque affrontare diversi problemi; in qualche caso è mancata, all'interno delle principali associazioni di categoria, una professionalità adeguata a sostenere l'impresa interessata ad acquisire nuove strategie di marketing e commercializzazione. Attualmente, infatti, le aziende agricole più dinamiche avrebbero bisogno di una consulenza mirata sui principali orientamenti produttivi globali, capace di individuare i migliori canali distributivi per la commercializzazione, utili per sfruttare appieno le possibilità offerte dal mercato su scala internazionale. ■



Foto Arch. Azienda