



RURACT Azioni condivise tra imprese Agricole, Comunità e Territorio

Soggetto Finanziatore:

Fondazione CARIPLO

Budget Totale del Progetto:

€ 364.582

Durata del Progetto:

36 mesi (da Febbraio 2024)

Partner di Progetto:

- Associazione Ars.Uni.VCO ETS (CAPOFILA)
- Ente di gestione Aree Protette dell'Ossola
- UNIMI – Dipartimento DIVAS
- Associazione Fondiaria TERRAVIVA
- Società Cooperativa Sociale Onlus Il Sogno

VALORIZZAZIONE DEI SISTEMI PRODUTTIVI MONTANI NELLE AREE PROTETTE DELL'OSSOLA: il Progetto RurACT

Moresino C.M., Sormani G., Maescotti M.E., Corradini A., Demartini E., Gaviglio A.*

Team UNIMI: Dipartimento di Medicina Veterinaria e Scienze Animali

Università degli Studi di Milano, Via dell'Università 6 – Lodi (*Responsabile Scientifico: anna.gaviglio@unimi.it)

Dalla metà del '900 molti territori dell'Ossola (Verbano-Cusio-Ossola – Piemonte) hanno subito **fenomeni di abbandono**, legati anche agli spostamenti dovuti all'industrializzazione. Nel tempo si sono **perse conoscenze legate alle attività economiche e sociali tradizionali** e in generale di gestione e presidio del territorio. Tale dinamica ha dispiegato in modo lento, ma costante, i propri effetti: un **generale indebolimento delle reti sociali intra ed inter-comunità**; un **limitato sviluppo economico delle attività produttive agricole** in un'ottica di filiera; la **perdita del patrimonio storico-culturale immateriale** legato al territorio rurale di montagna.

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- **Contrasto all'abbandono e al degrado ambientale** dei territori montani
- **Valorizzazione dei prodotti** del comparto zootecnico montano
- **Sostegno alle pratiche agro-ecologiche tradizionali**
- **Formazione in Marketing Territoriale** per le imprese locali

METODOLOGIA

Attività 2.1 – Individuazione dei modelli di business delle imprese agricole nelle Aree Protette dell'Ossola

Indagine esplorativa dell'attuale **scenario imprenditoriale** del territorio tramite interviste agli imprenditori agricoli

- ✓ Propensione all'introduzione di **modelli di business innovativi**
- ✓ Promozione dell'**unicità delle produzioni locali**

Attività 2.2 – Aggiornamento delle competenze professionali degli allevatori ed agricoltori di montagna finalizzate alla diffusione di pratiche virtuose

Seminari sulla sostenibilità dell'azienda di montagna

- ✓ **Diffusione di pratiche virtuose**
- ✓ **Potenziamento delle conoscenze imprenditoriali**
- ✓ **Promozione di cooperazione e reti locali tra le aziende**

ALLEVATORI E IMPRESE AGRICOLE

10 aziende
12 allevatori
3 donne e **9** uomini
Età media: **44** anni (27 – 60)

Caseificio: **100%** delle aziende
Spaccio: **50%** delle aziende
Energie rinnovabili: **20%** delle aziende
Razze: **Bruna, Pezzata Rossa e Frisona**
Numero medio di bovine: **27** (12 – 50)
Superficie a pascolo: **1,600** ha totali

Produzione di latte: **15 L/giorno/bovina**
Produzione di carne: **50%** delle aziende
Formaggi principali: **Bettelmatt** (50%), **Grasso d'Alpe** (60%) e **'Nostrano'** (50%)
Prezzo medio di vendita: **20€/kg** (13 – 30€/kg)

STRENGTHS

Qualità di processi e prodotti
Competenza e versatilità
Passione per lavoro
Presidio e cura del territorio
Adattamento all'ambiente montano

Difficoltà di comunicazione
Inadeguatezza (infra)strutturale
Dialogo con le amministrazioni
Valorizzazione del **ruolo ecosistemico** della zootecnia montana
Cooperazione interaziendale

ANALISI SWOT

OPPORTUNITIES

Fiducia e consapevolezza dei consumatori
Contributo all'**economia locale**
Innovazione
Valorizzazione dei **prodotti**
Sinergia tra aziende ed Enti locali

THREATS

Speculazioni da attori esterni
Immagine fittizia della montagna
Eccessiva **pressione turistica**

NEXT STEPS

Attività 2.3 – Analisi delle preferenze e conoscenza del consumatore per i prodotti montani ad alto contenuto ecosistemico

Analisi della **conoscenza dei consumatori** dei prodotti del territorio Ossolano e dei servizi ecosistemici garantiti dalle attività zootecniche locali

- ✓ **Disponibilità a pagare per il valore aggiunto delle produzioni tipiche locali**
- ✓ **Redditività delle imprese zootecniche**

Attività 2.4 – Analisi esplorativa delle aspettative enogastronomiche dei turisti nelle Aree Protette dell'Ossola

Analisi delle **aspettative enogastronomiche dei turisti** delle Aree Protette dell'Ossola

- ✓ **Attività di marketing territoriale**
- ✓ **Redditività delle imprese zootecniche**