

[IL CASO] La storia di Malavolti e Scardovi: come innovare integrando il reddito con la trasformazione

Dal bancolat ai gelati, si cambia

[DI FEDERICA LEVI]

La prima gelateria
ambulante.
Mercati contadini
e comunali
e punti vendita
aziendali



[Stefania Malavolti dell'azienda Scania.



[Pamela Scardovi in gelateria.

Bisogna avere coraggio, inventiva e un pizzico di spirito d'avventura. Bisogna avere la forza di rinnovarsi, di seguire le nuove opportunità che vengono offerte dal mercato, senza perdere mai di vista le radici del proprio lavoro, che affondano nella terra e nella qualità dei prodotti.

Solo così anche i piccoli possono farcela. E non solo per se stessi, ma anche per la sopravvivenza di territori e di comunità che rischierebbero di sparire se non esistessero imprese in grado di offrire un po' di reddito e di lavoro.

Come quelle di **Pamela Scardovi** di Lugo (Ra) e **Stefania Malavolti** di Bagnara di Romagna (Ra), due "pioniere", due imprenditrici romagnole che, seguendo un percorso simile, sono passate dalla produzione del latte alla vendita del gelato artigianale.

«In agricoltura non c'è molto margine. Se non ci si inventa qualcosa, se non si punta sulla multifunzionalità, si chiude».

Pamela, insieme al marito e al cognato, conduce la Società Agricola Baroncini Mirco e Fabio, azienda zootecnica fondata dal nonno dei due, che oggi conta circa 200 capi bovini e un centinaio di ettari di terreno coltivati essenzialmente a foraggio e cereali.

Inizialmente il guadagno veniva dalla vendita del latte alle industrie: «Nel 1992-93 siamo stati tra i primi a entrare

nel circuito Alta Qualità di Granarolo. Il nostro prodotto veniva riconosciuto come eccellente, anche perché le mucche sono sempre state alimentate con il nostro foraggio».

Dopo una decina di anni, nel 2005, la famiglia decide di scommettere sui bancolat, distributori automatici di latte crudo: «L'idea è nata al Nord, noi l'abbiamo importata in Emilia Romagna. Abbiamo

aperto il primo distributore all'interno di un parcheggio di un supermercato della zona. Il successo è stato immediato».

[QUATTRO DISTRIBUTORI IN 12 MESI

Così nell'arco di dodici mesi, in preda all'entusiasmo generale, vengono installati altri quattro distributori. «Un anno e mezzo fa li abbiamo chiusi tutti. Dopo un'iniziale passione, un po' a causa della pubblicità negativa da parte delle industrie, un po' perché la moda si era sgonfiata, non c'erano più margini. Però non ci siamo arresi: continuiamo la vendita diretta del latte nei mercati con un furgoncino-frigo».

Il business si è rivelato un insuccesso anche per Stefania Malavolti, piccola imprenditrice che porta avanti l'azienda Scania insieme alla figlia, laureata in agraria. La sua storia inizia nel 1997, con l'allevamento di un centinaio di capi di ovini e caprini. «Da subito ho pensato di puntare sulla trasformazione del prodotto

[BANCOLAT Se un'etichetta taglia le gambe

Il bancolat – distributore automatico di latte crudo – nasce in Italia intorno alla metà del 2000, per poi arenarsi quasi definitivamente all'inizio di questa decade. Nel 2008 si contavano un migliaio

di distributori, oggi ne resta qualche decina.

Il latte viene refrigerato appena munto e dev'essere venduto in giornata. Dopo l'iniziale innamoramento da parte dei consumatori (apprezzavano il sapore genuino e il prezzo più contenuto) sono nate le prime polemiche sulla pericolosità di un prodotto non sottoposto a trattamento termico e da consumare entro breve tempo. A fine 2008 il ministero della Salute ha imposto di riportare sul distributore la dicitura "consumarsi previa bollitura": per molti allevatori questa scelta avrebbe tagliato le gambe al mercato. ■F.L.

perché avevo necessità di integrare il reddito. La mia azienda si trova in una zona collinare, dove non è possibile realizzare allevamenti su vasta scala. La trasformazione e la vendita al consumatore sono state dunque scelte obbligate».

[PIONIERA DELLA FILIERA CORTA

Nel 1998 Stefania costruisce un caseificio per la produzione e la vendita di formaggi in azienda. Oggi sembra tutto facile, ma all'epoca aprire un negozio in campagna era considerato a dir poco insolito. «L'ufficio tecnico era inizialmente intenzionato a negarmi l'autorizzazione, non si sapeva proprio cosa fosse la filiera corta. Ma la legge parlava chiaro e quindi ho avviato la mia attività di vendita al pubblico». La presenza dei clienti impone a Stefania di diversificare i prodotti: nascono formaggi, ricotte, yogurt. Nel 2003 l'attività si espande con l'introduzione dell'allevamento bovino, una trentina di capi di razza Bruna alpina e Frisona.

[UNA FEROCIA CAMPAGNA MEDIATICA

Con le mucche arriva anche, nel 2007-2008, il bancolat: «All'inizio l'attività andava a gonfie vele: avevo aperto due distributori e vendevo circa 250 l al giorno. Poi l'industria si è agitata e si è scatenata una feroce campagna mediatica. Ad agosto le vendite hanno subito un tracollo. Pensavamo che, forti di tutti i controlli cui siamo sottoposti, non avremmo avuto problemi e saremmo stati supportati dalle organizzazioni agricole. Così non è stato. Si è creato allarmismo, la gente si è spaventata, restavano solo i clienti abituali e i costi di gestione superavano i guadagni. Avevo investito 100mila euro,

[Formaggi, ricotte e yogurt.

ma nel 2011 ho chiuso tutto».

Uscite dall'avventura bancolat, sia Stefania sia Pamela si buttano sulla trasformazione: entrambe partecipano attivamente ai mercati contadini e comunali, cui si aggiungono i punti vendita aziendali. Stefania partecipa anche a uno spaccio "collettivo", aperto a Faenza insieme ad altri produttori della zona: «Ognuno porta le sue specialità – frutta, verdura, formaggi, salumi – ma restiamo indipendenti. Oggi il cliente vuole capire chi c'è dietro quello che porta a casa, per fortuna non gli basta più solo mangiare. È cambiata la mentalità e sta cambiando anche quella della distribuzione: lo scorso anno ho ricevuto offerte da supermercati, ma non ho i numeri per soddisfare le richieste». Costruire un rapporto di fiducia con il consumatore, puntando sulla qualità e sulla sicurezza del prodotto, spiega, è la via maestra da seguire: «Purtroppo – aggiunge Stefania – oggi in molti si spacciano per agricoltori, lo diventano dalla sera alla mattina, mentre questo mestiere non si inventa, bisogna lavorare sodo».

E non smettere di studiare, aggiornarsi e usare l'immaginazione. Così nasce il gelato.



[L'azienda Scania è anche una fattoria didattica.



[AGRIGELATO Vendita diretta ultima frontiera

frontiere della vendita diretta in campagna e della filiera corta. Le prime gelaterie contadine sono nate alla fine degli anni 2000. Attualmente se ne contano qualche decina, soprattutto nel Nord Italia. ■ F.L.

Un prodotto a km zero, completamente naturale, realizzato solo con gli ingredienti dell'agricoltura locale e soprattutto solo con il vero latte: è questo l'agri-gelato, una delle ultime

«In famiglia siamo tutti golosi – dice Pamela –. Abbiamo il latte, ci siamo detti, possiamo farne qualcosa di nuovo. Così abbiamo preso informazioni e, grazie al supporto della Cia, siamo riusciti ad aprire la strada al gelato agricolo nella nostra Regione».

[«STIAMO ASSUMENTO»

Per ora l'azienda produce po-

chi gusti, limone, fragola e, a seconda della disponibilità, qualche crema: «L'attività sta andando davvero bene, chi assaggia il gelato sente la differenza, sia nel gusto che nella consistenza. E poi ci dicono che facciamo coni giganteschi, ma io ripeto a tutti che siamo contadini, non orefici. Portiamo il gelato con il nostro furgone-frigo, siamo una gelateria ambulante, l'unica in Italia. A giorni apriremo anche lo spaccio aziendale». Anche Stefania vende il suo gelato in azienda, anche se la prospettiva è aprire una agri-gelateria consorziata con altre imprese della zona. «Stiamo allargando l'attività, facciamo anche fattoria didattica e agriturismo. Per questo stiamo assumendo ragazzi della zona, a dimostrazione che l'agricoltura è un settore vivo, che offre opportunità di lavoro ai giovani e di reddito al territorio». ■