

## **SCHEMA INTERVISTA AI PRODUTTORI**

### **a) Note sull'azienda**

L'azienda è stata ereditata o creata da zero?

Qual è la motivazione che ha fatto scattare la volontà di impegnarsi in agricoltura?

Dove è nata l'idea di dedicarsi all'azienda di famiglia?

Quanti anni ha l'azienda?

Quali sono gli aspetti positivi del lavoro, le cose che piacciono di più/danno più soddisfazioni?

Quali invece le difficoltà più grandi che ha dovuto affrontare o sta attraversando?

Rispetto all'essere una piccola azienda ci sono agevolazioni o difficoltà rispetto alle logiche di mercato?

Quali sono gli aspetti burocratici che più pesano sulla conduzione dell'azienda?

Vi sono anche aspetti positivi come aiuti, incentivi, servizi?

Ha usufruito in passato di aiuti? Ripeterebbe l'esperienza?

Cosa faceva prima di creare l'azienda (esempio lavoro d'ufficio?) e come ha vissuto il cambio di vita? ha migliorato/peggiorato la qualità della stessa, o come è cambiata in generale la sua vita e l'organizzazione familiare?

Se l'azienda è di famiglia quando ha iniziato ad aiutare/occuparsi dei lavori agricoli dell'azienda?

Come si svolge una giornata di lavoro "tipo"

Come vede il futuro della sua azienda? Ha qualche progetto in cantiere? Vuole modificare o aumentare le sue proposte (prodotti, accoglienza, ristorazione, altro)?

Qualche difficoltà da segnalare?

C'è qualcosa che si augura di "ottenere" dalla creazione della Comunità Slow Food? Esempi: intercettare nuovi clienti, far conoscere i prodotti anche in Austria, partecipare a fiere e mercati, avere un aiuto da un punto di vista della promozione, altro?

La Comunità Slow Food prevede di portare le persone in azienda: quale potrebbe essere la sua proposta/attività da proporre all'interno dell'azienda?

L'azienda è strutturata per accogliere bambini delle scuole e portatori di handicap?

Vi è la possibilità di accogliere turisti? si parlano quali lingue?

I visitatori possono portare anche il proprio cane?

Fa parte di una rete di imprese? Sarebbe disponibile a partecipare?

## **b) Note sul prodotto**

Descrizione del processo di produzione e/o lavorazione dei prodotti o di un prodotto in particolare che è o vorrebbe diventare il brand dell'azienda

Se dovesse spiegare ad un cliente quali sono i punti di forza del prodotto come lo descriverebbe? quali sono le azioni (coltivazione, alimentazione, trasformazione, altro) che influenzano la qualità del prodotto?

Esempi

\* per i maiali: quanto è determinante l'allevamento allo stato semibrado (alimentazione varia e rispetto dell'etologia dell'animale) per avere un buon prodotto? può descrivere sulla base dell'esperienza quanto incide sulla bontà della carne la soppressione dell'animale in azienda anziché il trasferimento in un macello? la lavorazione artigianale della carne è determinante per evitare correttori e additivi?

\* per le bovine da latte: quanto incide sulla bontà del latte l'alimentazione delle vacche? gli animali allevati al pascolo hanno più o meno problemi di salute rispetto a quelli mantenuti in stalla? quanto incide la razza e la possibilità di pascolare sulla facilità e buon esito dei parti?

\* per l'olio: quanto incide il suolo e le condizioni climatiche sulla qualità dell'olio? la scelta di avere un frantoio aziendale è motivata dal fatto di avere un prodotto migliore?

Cosa ritiene importante che il cliente conosca per apprezzare di più i suoi prodotti?

esempi: differenza di qualità della vita degli animali, tipo di lavorazione e processo di produzione del prodotto, qualità nutrizionale del prodotto, altro?

Negli ultimi tempi ha notato dei cambiamenti nelle abitudini dei consumatori? vi sono differenze tra giovani e meno giovani, di cultura o condizione economica diverse? i friulani rispetto agli italiani delle altre regioni d'Italia si fidano di più dei prodotti locali o motivano le loro scelte in base al prezzo? quanti consumatori sono ancora disposti a pagare di più per un brand rispetto alla certezza di avere per lo stesso prezzo un prodotto etico e di qualità?

## Azienda agricola Ursella di Daniele Ursella

L'azienda nasce nel secondo dopoguerra grazie al nonno paterno di Daniele. La stalla viene ricostruita dopo il sisma del '76 e così l'attività sopravvive, permettendo a Daniele di crescere in mezzo agli animali e imparare i segreti del mestiere dal padre.

La vita fra campi e stalla fa talmente parte del suo sangue da spingerlo a frequentare l'Istituto Agrario di Pozzuolo del Friuli. Qui, alle tecniche apprese fin da bambino può aggiungere le indispensabili conoscenze sulla tecnologia che avanza e può confrontarsi con le esperienze pratiche di altri ragazzi.

La passione è forte e lo spinge ancora oggi a gestire 15-20 bovini nonostante il già faticoso lavoro nel settore edile. La doppia attività lo porta ad alzarsi alle 6:00, per seguire la stalla prima di preparare il furgone che lo porterà a lavoro, e a impegnarsi senza guardare l'orologio, arrivando anche a 14 ore di attività nei periodi più intensi per la campagna. Eppure la fatica per prendersi cura degli animali, dal campo fino alla mungitura, diventa comunque un momento di relax dopo il lavoro ordinario, traducendosi in un'occupazione che va oltre le considerazioni economiche.

Naturalmente l'impegno non è poco, e se da un punto di vista burocratico Daniele può contare sull'aiuto fondamentale della moglie, da un punto di vista pratico cerca di far capire ai figli le difficoltà del lavoro nella speranza di trasmettere anche a loro la passione necessaria a superarle. Già vede alcune risposte: Alessio, tredicenne, ha deciso di seguire il bestiame portato in malga Grantagar (Tarvisio), segno che la consapevolezza per la fatica e la passione non mancano.

Nel tempo, soprattutto a cavallo fra anni '90 e inizio 2000, la richiesta di prodotti caseari si è ridotta. I motivi sono tanti: nuclei familiari più piccoli (formati spesso anche solo da una o due persone), un cambio nel trend dei consumi alimentari, la comodità dei supermercati e le loro guerre al ribasso sui prezzi.

Daniele è però convinto che la qualità ripaghi i suoi sforzi. Così, ai clienti abituarini guadagnati grazie ai passaparola positivi, nei periodi di feste se ne aggiungono altri alla ricerca di prodotti con cui fare "bella figura" con parenti e amici. C'è addirittura chi si rivolge a lui solo in primavera, quando le vacche vengono alimentate con il primo verde e il formaggio assume delle caratteristiche sensoriali uniche.

L'origine della qualità è da cercare, prima di tutto, proprio nell'alimentazione. Daniele è completamente autosufficiente, pertanto i bovini sono nutriti con il verde a maggio e settembre, con fieno di qualità e cereali nei restanti mesi. Il latte e i suoi derivati sono quindi di colore giallognolo, lontano dal bianco "ottico" dei prodotti semi-industriali. Con orgoglio, Daniele lavora latte crudo, che porta in latteria, dove viene sottoposto regolarmente a controlli di sicurezza e qualità prima di essere lavorato sapientemente dal casaro, che deve essere capace di ottenere prodotti di qualità partendo da una materia prima che cambia nei mesi a seconda dell'alimentazione bovina.

Come da tradizione friulana, Daniele si affida alla Pezzata Rossa, che un tempo era a triplice attitudine, mentre al giorno d'oggi, pur non essendo più sfruttata per il lavoro nei campi, rimane una razza con rese soddisfacenti non solo in termini di latte ma anche di carne, soprattutto quando periodicamente viene incrociata con la Limousine per ottenere tagli di maggiore qualità.

## Azienda B-Orto Peppers di Filippo Bortolon

Filippo, di formazione biologo, coltiva da anni moltissime varietà di peperoncino e quando ancora viveva a Trieste si arrangiava tra terrazza, casa e giardini “in prestito” da conoscenti pur di vederne i frutti. La passione per gli orti trasmessa dal nonno e quella per la cucina, che lo accompagna sin da bambino, lo spingono a creare creme al peperoncino per gli amici. Un po’ alla volta decide di dedicarsi ai mercatini e così a Milano si fa conoscere casualmente da Annalisa Zordan, che gli dedica un approfondimento sul Gambero Rosso.

Un tale traguardo da semplice hobbista entusiasma Filippo e la sua compagna Sara poco prima di aprire l’azienda. La nuova avventura inizia a fine febbraio 2020 e lo scoppiare della pandemia rende il periodo non propriamente fortunato, ma il loro approccio moderno e creativo permette di superare questa difficoltà non indifferente. Anche la burocrazia non aiuta nella ricerca di fondi per avviare l’attività: la coltivazione non è tipica in Friuli e i peperoncini non sono considerati spezie, bensì ortaggi. Assieme alla volontà di creare prodotti in modo autosufficiente, Filippo decide allora di coltivare anche questi, per dare vita a conserve e a cassette di ortaggi che vende a chilometro zero.

L’attività è il perfetto esempio di come ogni esperienza formativa e di vita può diventare utile quando c’è passione. Infatti dopo gli studi Filippo è stato per un decennio fotografo per vocazione, girando il mondo, conoscendo nuove persone e realtà. È in questo modo che ha iniziato a raccogliere semi di peperoncino sconosciuti in Italia e ora sfrutta le sue competenze da biologo e fotografo al servizio del suo nuovo lavoro. Sara invece ha studiato scienze politiche e quindi si destreggia più facilmente nel mondo burocratico e della comunicazione, seppure si “sporchi le mani” sia in campo che in laboratorio. A volte la mancanza di una formazione agraria si fa sentire, ma la curiosità permette di trovare sempre qualcuno disposto a dare consigli.

La creatività in azienda non manca. Al lavoro classico in campagna (arature, fresature, semine, trapianti e così via) si aggiungono una serie di attività per trasformare e promuovere la materia prima: essiccamento, congelamento e lavorazioni varie in laboratorio, mercati e fiere, gestione dei social e dell’e-commerce, collaborazioni con chef che valorizzano in modo alternativo i prodotti e partnership con altre piccole realtà locali per dare vita a prelibatezze artigianali piccanti, dai prodotti da forno a quelli lattiero-caseari.

I punti di forza sono sicuramente la cura del prodotto e la sua originalità, nonché l’attenzione per il consumatore. Filippo si entusiasma quando può raccontare la storia dietro alla materia prima e nei suoi racconti il biologo, il viaggiatore, l’artista si fondono.

Una missione importante è la formazione del cliente, soprattutto in zone come il Friuli, dove la campagna plasma in modo molto diverso dalla multietnica Milano. Chi è abituato ad avere il proprio orto cerca di essere autosufficiente e in ogni caso la “cultura” del piccante non è diffusa, limitandosi spesso al peperoncino crudo o in polvere. L’obiettivo è far conoscere un mondo vastissimo, fatto di quasi 40 specie e un’infinità di varietà dalle caratteristiche peculiari. Spesso infatti si pone attenzione alla sola piccantezza, che Filippo e Sara, invece, sapientemente smorzano per esaltare tutto ciò che di buono hanno da offrire le perle rare del loro orto.

## Le api di Laura di Laura Andreuzza

È il 2015 quando Laura frequenta all'università il corso di apicoltura e si occupa delle sue prime due arnie. Nel 2017 si laurea e con il supporto del suo compagno inizia a intravedere nell'apicoltura un vero e proprio lavoro, che le permette di unire le sue passioni per l'ambiente e gli animali. Alle difficoltà tecniche risponde grazie alle sue conoscenze e per le indicazioni burocratiche si rivolge al Consorzio Apicoltori.

Un po' alla volta aumenta il numero di alveari e, imparando a gestire la crescente attrezzatura, arriva a una trentina di colonie. Nel 2019 crea il laboratorio e a partire dal 2020 si rende indipendente da ogni altra attività lavorativa.

Il lavoro non manca mai, soprattutto in primavera, quando le mattine sono dedicate ai controlli delle famiglie e si rende necessario osservare le fioriture per collocare in tempo utile i melari. Nelle giornate piovose, quando le visite in apiario si sospendono, il lavoro continua in laboratorio e davanti al computer. Laura infatti si impegna a scrivere articoli per il suo blog oltre a materiale dedicato per coloro che hanno scelto di adottare uno dei suoi alveari.

A fine estate Laura si dedica ai trattamenti contro la varroa e controlla che le scorte per la famiglia siano sufficienti. In inverno non si effettuano controlli, anche per non intaccare il delicato ambiente che le api creano per mantenere una temperatura adeguata. La stagione viene dedicata però ad altre attività, anche secondarie, come ad esempio la pulizia della cera dalle impurità.

Laura vende infatti cera e candele in inverno, polline secco o congelato raccolto in primavera, quando la produzione è elevata, e ovviamente miele, così come miele in favo. Le tipologie sono diverse, dai classici millefori, acacia, tiglio e castagno, ai meno noti acero di monte e amorfa. La produzione segue l'andamento delle fioriture e non sempre è facile far capire ai consumatori che particolari tipologie di miele non sono presenti ogni anno. Tramite i suoi articoli e la sua arnia didattica, Laura cerca quindi di rendere più consapevoli le persone.

Il continuo scambio con le persone è, non a caso, una parte importante del suo lavoro, non solo nell'accoglienza di gruppi in visita. È iniziata anche una collaborazione con le scuole per coinvolgere bambini di asilo ed elementari in laboratori alla scoperta del miele, che spesso assaggiano per la prima volta grazie a lei.

Fra tante attività e la famiglia, l'idea di Laura è di non aumentare di molto il numero di alveari, ma piuttosto concentrare le energie sul nomadismo, ovvero sullo spostamento degli alveari in zone con fioriture che siano caratterizzanti per i suoi prodotti.

## Pontelli apicoltura di Andrea e Luca Pontelli

L'azienda è nata grazie a due fratelli che si sono trascinati a vicenda. "Il tranquillo" Andrea, classe '96, si è appassionato fin da bambino all'affascinante hobby del padre, prendendo a soli 12 anni le redini dell'apiario, mentre "l'esplosivo" Luca, classe '94, lo ha spinto ad aprire una vera e propria azienda, aiutandolo in laboratorio e nei rapporti con i clienti.

Nonostante gli iniziali timori, i genitori sono diventati i primi sostenitori: l'avvio dell'attività non è stato così semplice da un punto di vista burocratico, ma Andrea e Luca producono un miele di qualità apprezzato anche dai commercianti locali.

Con 150-200 arnie il lavoro per due persone è molto intenso. In primavera le colonie di api devono essere controllate ogni 7-10 giorni e quando iniziano le prime importazioni, a fine aprile/inizio maggio, si devono inserire i melari. Quando la primavera è avanzata (maggio-giugno) iniziano le sciamature: le colonie tendono a dividersi in due per far proliferare la specie e quindi le attività si intensificano. Ogni 5 giorni tutte le famiglie devono essere controllate per evitare la formazione di cellette reali, dalle quali si sviluppano le nuove regine. Si lavora senza sosta, ma verso metà o fine giugno si possono nuovamente diradare i controlli ogni 7-10 giorni e iniziare nel frattempo la raccolta. Si attiva quindi anche il piccolo laboratorio, dove controllare alcuni importanti parametri come umidità e acidità. Molti consumatori pensano che il miele, una volta ottenuto dallo smielatore, sia un prodotto che si usa tal quale. In realtà deve essere "manipolato" tramite maturatori prima di essere invasettato, così a settembre, mentre i controlli in apiario si diradano ogni 20 giorni per non disturbare i preparativi per l'inverno, il lavoro in laboratorio si intensifica e aumenta il tempo dedicato alla gestione degli ordini in vista della stagione fredda. Non meno importanti sono i trattamenti delle colonie per prevenire eventuali collassi dovuti a varroa e virus di vario tipo. Alla fine, la salute delle api e l'apprezzamento dei prodotti ripagano le fatiche della bella stagione.

L'ambizioso obiettivo dei fratelli è quello di farsi conoscere a livello regionale e sviluppare nuovi prodotti, non solo miele da fioriture particolari, ma anche tutto ciò che gravita attorno a un apiario: pappa reale, propoli, polline. Questi ultimi sono prodotti molto più delicati del miele e quindi l'avvio della loro produzione richiederà tempo perché la qualità è un punto imprescindibile. Già ora, Andrea e soprattutto Luca, il "comandante" del laboratorio, sono molto attenti. La qualità è infatti il loro punto di forza: cercano di ottenere mieli di alta purezza senza stressare le api, sono scrupolosi sull'umidità del prodotto e non vendono nulla prima che sia trascorso un mese in modo da verificare la stabilità del prodotto alle fermentazioni. Cercano di porre le arnie dove l'uomo è poco presente, perché dove l'ambiente è più naturale la salute delle api migliora e in futuro vogliono puntare al biologico: i trattamenti sono già pochi, ma ancora necessari per non dover affrontare costi di produzione proibitivi.

Grazie al passaparola, nell'alto Friuli esiste già una buona rete di clienti, che si è ulteriormente allargata grazie alla crescente ricerca di prodotti locali. I mieli più richiesti sono quelli classici (acacia, tiglio, castagno e millefiori), ma Andrea e Luca vogliono puntare sempre più su fioriture particolari: mora, vitalba, rododendro e così via. In realtà, anche i prodotti "tradizionali" sono spesso noti solo in apparenza, ma Luca è sempre disponibile a spiegarne le caratteristiche e a far conoscere il mondo delle api.

## **BIG di Anna e Francesco Facchin**

La passione per la birra è ciò che ha spinto Francesco a dedicarsi a quest'attività. Le premesse c'erano: con una laurea triennale in Scienze e Tecnologie Alimentari nel 2006 e un corso di birraio a Padova nel 2013, la birra fatta in casa non era un semplice esperimento. Così, dopo una parentesi australiana, nel 2020 quella che era una passione è diventata un lavoro a tempo pieno nella terra di origine e il legame con il territorio si percepisce già dal nome, BIG – Birra Indipendente Gemonese, e dalla posizione, nel cuore di Gemona.

Francesco, in società con la sorella Anna che lo aiuta da un punto di vista burocratico, produce la sua birra appoggiandosi al birrificio Antica Contea di Gorizia. Nel suo pub (e punto vendita) non offre solo le proprie creazioni, ma un piccolo compendio di 70-80 etichette artigianali della regione e un'attenta selezione di prodotti locali per accompagnarle: carne, affettati, formaggi, mostarde e miele sono tutti della zona. Anche le sue ricette non mancano di una forte connotazione territoriale, spiccano infatti le birre prodotte con la varietà di mais cinquantino locale e con i peperoncini di B-orto peppers, piccola realtà agricola gemonese. La prospettiva è quella di dar vita alle proprie ricette senza appoggiarsi a birrifici esterni, per lasciare maggiore spazio alla creatività.

Il pub è un luogo di aggregazione, anche grazie agli eventi organizzati negli spazi esterni, e la soddisfazione dei consumatori è uno sprone per i fratelli.

Da una decina di anni esiste un interesse crescente per l'artigianalità dei prodotti e se i giovani sono più predisposti alla curiosità e alla sperimentazione di nuovi sapori, clienti di ogni età iniziano ad affidarsi a Francesco, che ascolta i loro gusti e li asseconda. Anche le sue ricette nascono per soddisfare i palati più disparati: le sue Porter, IPA, Saison, Lager e Bitter sono ottime rappresentanti di stili estremamente diversi e che meritano di essere scoperti.

## Azienda agricola Vuerich

Negli anni '70 il nonno di Ilaria e Federica acquistò un terreno e un fienile iniziando ad allevare tacchini, pecore e bovini. Già dalla fine degli anni '70, il figlio Sandro prese le redini dell'attività concentrandosi sulle pecore e cercando in vari modi di ampliare l'offerta dedicandosi per molti anni alla floricoltura (gigli), alla gestione di un maneggio e a una trentina di vitelli da carne.

Nel 2019, Ilaria, la figlia minore, si è laureata a Udine alla magistrale in Scienze zootecniche e per un anno si è dedicata alla ricerca in università. Nonostante l'abilitazione come agronomo, in tempi di pandemia non è riuscita a trovare lavoro ed è stato allora che ha deciso di lanciarsi a tempo pieno nella storica attività di famiglia, dando all'azienda un corso ancora diverso. Su impulso di Sandro ha deciso infatti di concentrarsi sulle galline ovaiole (oggi circa 400), ma ha avviato anche l'orto e una fattoria didattica (fra cavalli, pony, asini, conigli, pecore, vitelli, tacchini e naturalmente galline). Ha mantenuto solo alcuni vitelli, che ora ha deciso di portare in malga Strechizza durante la stagione estiva, come faceva con il papà da bambina.

Federica, la figlia maggiore, ha invece una laurea triennale in Economia e Commercio e quindi si dedica alla parte burocratica. Ha anche una grande passione per i cavalli e, tra gli impegni del suo principale lavoro e la famiglia, si dedica a loro.

La giornata in azienda per Ilaria è lunga nella stagione primaverile-estiva. Al mattino porta da mangiare a tutti gli animali e si dedica alle consegne delle uova. Va anche nell'orto, dove lavora al mattino e dopo pranzo. Ogni giorno la raccolta delle uova si prende quasi un'ora e poi nel centro di imballaggio devono essere pesate e timbrate. Il tardo pomeriggio e la sera sono dedicati alle vendite dirette e nuovamente alla cura degli animali.

Due volte a settimana sale in malga per controllare i vitelli e periodicamente fra le varie attività si incastrano anche le visite alla fattoria didattica.

La stagione invernale, se da un lato è limitante dato il clima della zona che impedisce qualsiasi attività, dall'altro è un periodo di relativo riposo. Al netto del tempo dedicato agli animali, Ilaria può concentrarsi su corsi online di formazione, anche nell'ottica di potere un giorno imballare uova per nuove aziende nonché sviluppare maggiormente l'attività con i cavalli.

Federica dà una mano ogni volta che le è possibile, anche quando si tratta di partecipare ai mercati a Pontebba, Tarvisio e Udine. Diversi negozi locali rivendono già le loro uova, ma l'obiettivo è farsi conoscere. Le sorelle usano molto i social e cercano di far capire il mondo esistente dietro al prodotto: per scelta la produzione non è biologica, ma la cura e l'attenzione per l'alimentazione e il benessere degli animali sono la chiave della qualità.



## Mario di Bernardo – aglio di Resia

Sono gli inizi del '900 quando il bisnonno di Mario, originario di Portis di Venzone, inizia a frequentare la Val Resia e le sue malghe ai piedi del monte Canin. Negli anni '30 il nonno viene cercato per le sue conoscenze nella caseificazione e quindi parte, senza nulla con sé, per rimanere un anno a Oseacco. Lì invece lo aspetta una casa e così finisce per stabilirsi nel paese. La sua famiglia è numerosa, ma con l'aiuto dei parenti riesce un po' alla volta a comprare dei terreni. Gli intrecci con la Seconda Guerra mondiale fanno sì che dei tre figli maschi l'attività agricola passi nelle mani del padre per arrivare infine a Mario.

Un tempo si allevavano, per il latte, capre, pecore e vacche, mentre Mario, che porta avanti la tradizione nonostante le ore sottratte dal suo lavoro principale, ha deciso di dedicarsi ai soli bovini, prediligendo la linea della carne.

L'attività tradizionale è sempre stata scandita dal calendario secondo i santi. Tra Sant'Antonio (13 giugno) e San Giovanni (24 giugno) si preparava la malga per poi portare il bestiame. Dopo il primo ambientamento degli animali, il latte migliore si otteneva tra San Pietro (29 giugno) e Sant'Ermacora (12 luglio). A Sant'Anna (26 luglio) si facevano le misurazioni del latte per stabilire quanto formaggio spettava al proprietario dell'animale. Nel periodo della *Šmarna Miša* ("grande festa" in Resiano, vale a dire Ferragosto) il formaggio veniva ritirato, in parte per darlo ai migranti che tornavano in Svizzera, Germania e Belgio e in parte perché a San Lorenzo (10 agosto) il latte già cominciava a scarseggiare, fino a esaurirsi per San Bartolomeo (24 agosto). In corrispondenza della "Madonna di settembre" (8 settembre) si rientrava dalla malga a piedi con gli animali e Mario ancora oggi si gode questo momento assieme ai ricordi d'infanzia che fa affiorare.

Il lavoro che porta avanti con passione, e a cui si dedicherà a tempo pieno una volta in pensione, è in controtendenza con quello che sta accadendo nella valle. Molti giovani se ne stanno andando e chi rimane spesso non cura la zona come accadeva un tempo, così, come accade in tante aree montane, i pascoli e i campi lasciano spazio ai boschi e Mario fatica ad accettare questo abbandono.

Nel 2005 l'azienda è entrata nel "progetto aglio" di Slow Food. A Resia infatti si coltiva da tempo una particolare varietà di aglio (*strok* in lingua locale) dai bulbi piccoli e molto delicato sia nella coltivazione che nel sapore. Le sue caratteristiche sono così peculiari da essere diventato oggetto di interesse non solo di Slow Food, ma anche dell'ERSA (Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale) e della Facoltà di Agraria dell'Università di Udine (grazie al prof. Miceli). L'isolamento della vallata ha creato inoltre interessanti varietà di mais e fagioli, che Mario coltiva assieme a verze, cavoli e cavoli neri.

L'azienda è sostanzialmente autosufficiente e dal 2016 è biologica. Mario acquista nella vicina Austria i vitelli che crescono con il suo fieno e dai quali si ottiene non solo la carne, ma anche il concime necessario nei campi. Dalle piante di aglio che raccoglie a fine luglio e dalle ortiche che crescono spontaneamente ottiene inoltre gli antiparassitari naturali con cui protegge le piante.

L'aglio e la crema di scapi d'aglio fanno parte della rete Slow Food, mentre per la carne e gli ortaggi Mario si affida a un'altra rete, costituita dai clienti di fiducia ai quali consegna personalmente gli ordini, senza passare da alcuna macelleria o rivenditore. I suoi sono prodotti di qualità, apprezzati particolarmente da chi ricorda ancora i sapori di un tempo.

## **Azienda A fil di tiere di Gregorio Lenarduzzi**

Il laboratorio dell'azienda, situato a Lestans, non ricorda un luogo di lavorazione tradizionale. Visto dall'esterno, non lascia trapelare l'ambiente di trasformazione racchiuso fra le sue pareti, rispecchiando fin da subito, nella sua originalità, i prodotti alternativi e la mentalità di chi ci lavora.

Gregorio ha una laurea in Produzione animale e da tempo ha preso le redini dell'attività che suo padre, stufo di lavorare in fabbrica, aveva avviato nei primi anni '80. Ha deciso però di ampliarne la visione, continuando l'allevamento dei conigli (in tempi lunghi per ottenere una carne migliore), ma creando nuove opportunità. È orgoglioso ideatore dei "cunicici", i cevapcici fatti con carne di coniglio, ma non si è limitato a questo. Ha deciso infatti di coltivare la cipolla rosa della Val Cosa, un presidio Slow Food, e nel 2014 ha aperto il laboratorio, dove produce conserve sottolio e sottaceto, sciroppi e marmellate, anche per terzi.

La varietà dei prodotti rispecchia la varietà delle giornate lavorative. La libertà di scegliere se sporcarsi le mani con la terra o sbizzarrirsi nel laboratorio permette a Gregorio di accorgersi del passare del tempo attraverso le stagioni, ma anche di organizzare il proprio lavoro, conciliandolo con le esigenze della famiglia, nella speranza che i figli continuino un giorno questa attività.

Dal 2018 l'azienda è biologica e la selezione fatta sulla cipolla rosa torna utile: essendo adatta alle particolarità del territorio, garantisce un minimo di produzione anche in annate particolarmente difficili. Seguendo il desiderio di autorealizzazione, le nuove ambizioni sono diverse: sperimentare nuovi prodotti dai sapori inusuali, aprire una "frasca" in cui servire i cunicici, ma anche costruire un macello per conigli, attualmente assente in Friuli e necessario in un'ottica di riduzione dell'inquinamento e di benessere animale.

L'attenzione nella ricerca delle ricette e la non ordinarietà delle proposte sono i maggiori punti di forza, che spingono il passaparola e attirano l'attenzione dei ristoranti. I clienti apprezzano la finezza dei prodotti e l'origine locale delle materie prime, che permettono di riscoprire i sapori autentici seppur in chiave moderna.