

## **Rapporto dell'intervista a "Azienda agricola Le Spandre"**

**07 febbraio 2024**

**Partecipanti:** Sara Belotti, Marco Tononi, Elisa Consolandi, Giorgia Brambilla

**Interlocutori privilegiati:** Tania Sertori, Mauro Sertori, Clara Maria Spandre (proprietaria e famigliari che lavorano presso l'azienda agricola Le Spandre di Pisogne). È presente anche Massimo Pretto, ex veterinario



**Figura 1. Tania Sertori, proprietaria dell'Azienda Agricola Le Spandre**

All'inizio dell'intervista è indicato un documentario, realizzato un paio di anni fa, in cui l'azienda agricola è stata ripresa e sono state fatte delle interviste<sup>1</sup>. La titolare dell'azienda agricola è Tania Sertori, figlia dei precedenti proprietari, ex estetista di 23 anni. L'azienda è a **conduzione familiare**, vi lavorano solo i genitori e i due figli. L'azienda nasce ufficialmente nel 2000 quando viene costruita la stalla, mentre Tania ne è titolare da tre anni. Prima la famiglia era proprietaria di un albergo, sito poco lontano dall'attuale azienda agricola, lasciato in eredità dalla famiglia paterna: l'attività alberghiera non era però la vocazione di Mauro Sertori, figlio dei precedenti proprietari, che ha quindi chiuso l'albergo e ha intrapreso insieme alla moglie l'attività di agricoltore e allevatore. Ad oggi nell'azienda ci sono 35 mucche, 3 asini, 1 cavallo, 1 maiale, pollame e conigli.

La vendita si concentra sulla produzione di latte, formaggi, yogurt e gelato, che hanno iniziato a produrre nell'estate 2023 per diversificare la vendita e rivolgersi anche a un altro tipo di consumatore. Oltre allo **spaccio presente in azienda, la vendita è organizzata nel mercato** del martedì a Gratacasolo, qualche fiera annuale, un rivenditore a Endine e due ristoranti<sup>2</sup>. Inoltre, esclusivamente in estate, il sabato e la domenica allestiscono un banco in Val Palot: in estate, infatti, lavorano molto con i turisti, che ricercano il prodotto tipico da acquistare.

Gli intervistati spiegano che non partecipano al mercato di Pisogne perché il posto che era stato assegnato loro si trovava accanto a un altro venditore di formaggi, per cui ci sarebbe stata concorrenza. Interviene Massimo Pretto sottolineando che **la vendita diretta è di fondamentale importanza** per le aziende agricole del territorio per sopravvivere nel corso degli anni, e il mercato è un momento essenziale: una strategia utile sarebbe dislocare i banchi che vendono il medesimo prodotto in punti differenti del mercato, che a Pisogne è di considerevole estensione. Inoltre, lavorano anche con qualche consegna a domicilio. Lavorano principalmente per passaparola, non hanno un sito internet. Il sig. Mauro sottolinea che partecipano al mercato di Gratacasolo dal

---

<sup>1</sup> Telecom è la rete di trasmissione.

<sup>2</sup> Un ristorante si trova a Pian Camuno ed è di proprietà di un parente della famiglia Sertori, mentre il secondo ristorante si trova presso il rifugio Medelet, Pisogne.

2011 e ormai le persone sanno di trovarli lì e si sono creati una clientela abituale, per cui quando c'è stata l'opportunità di partecipare al mercato di Pisogne hanno rifiutato la proposta.

Il tema si sposta poi alle **difficoltà del praticare agricoltura in montagna**. Viene anzitutto fatto l'esempio delle balle di fieno: lo scorso anno ne hanno realizzate 120, ma con molta fatica e con 4/5 persone a lavorare a mano. In pianura non si riscontrano le stesse difficoltà che in montagna. Gli intervistati sono consapevoli che la loro presenza è fondamentale per mantenere la montagna. È un modo di tutela del territorio, sottolinea Massimo Pretto, che è affidato agli agricoltori, mentre l'amministrazione pubblica (non solo comunale, ma anche a scala regionale e nazionale), a differenza di altri luoghi (ad esempio in Trentino-Alto Adige) non è presente nell'aiutare concretamente. In questo presidio rientra anche il pascolo: da maggio a novembre fanno pascolare le mucche verso "prati più brutti", mentre i prati migliori cercano di tagliarli. Le mucche partono dalla frazione e arrivano su fino al pascolo.

Un altro problema evidenziato riguarda la **continuità dell'attività**. È un'attività che nasce seguendo la tradizione di una volta, quando si era in tanti e tutti collaboravano nella conduzione dell'azienda. La titolarità sulla carta non è l'unico elemento che conta, serve poi tutta la famiglia che dà una mano. Non c'è una vera divisione dei compiti: tutti sanno fare tutto. Anche il figlio, che però lavora in stabilimento, partecipa alle attività dell'azienda. Per quanto riguarda la parte di vendita, invece, la sig.ra Clara si dedica ai mercati, mentre la figlia Tania segue lo spaccio. I prodotti in vendita variano molto anche in base alla stagione: ad eccezione di burro e yogurt, in inverno prediligono la lavorazione di formaggelle e formaggio nostrano, mentre in estate formaggi freschi, come ricotta e primo sale, e gelato.

Gli intervistati spiegano che la **produzione varia molto in base al tipo di alimentazione delle mucche** e in base al luogo in cui pascolano. Vi è anzitutto una differenza tra il pascolo e la stalla (nel momento in cui le mucche passano da libere a legate la quantità di latte prodotta cala), ma anche in base al luogo in cui pascolano durante l'estate (probabilmente per il tipo di erbe che ruminano). In inverno invece, la tipologia di fieno e la provenienza influenzano il sapore del formaggio. Il sig. Mauro spiega che preferiscono acquistare una parte del fieno da altre aziende della zona, perché il fieno che arriva dalla pianura influisce molto sul prodotto finale. La sig.ra Clara sottolinea che non utilizzano fermenti nel prodotto, anche in questo differiscono dal prodotto di pianura, oltre alla quantità di latte che viene prodotta, circa 20 litri al giorno al massimo di latte in montagna. In queste differenze si potrebbe trovare un punto di forza del prodotto della montagna, evidenzia Massimo Pretto: non solo il risultato della lavorazione del latte è migliore, ma anche la salute delle mucche si salvaguarda, e l'impatto dell'immissione di ammoniaca nell'ambiente è nettamente inferiore rispetto a quella degli allevamenti in pianura. Altro elemento distintivo riguarda la ricerca della razza: la bruna alpina era una razza tradizionale del luogo, ma nel corso degli anni si è persa, modificando la genetica degli animali verso razze più produttive, che però in montagna non riescono a sopravvivere a lungo, presentando anche problemi di infertilità. Per questo si preferisce puntare su razze meno produttive ma più adatte all'ambiente montano. L'azienda, infatti, lavora con mucche pezzate rosse, che sono però incroci, non cercando spinte produttive verso un certo tipo di razza. Oltre all'acquisto di una piccola quota di fieno, cercano di risparmiare sulla paglia, raccogliendo le foglie. Per quanto riguarda i macchinari invece, dispongono dell'attrezzatura per la trasformazione del latte e per la mungitura.

La stalla, realizzata nel 2000, potrebbe essere migliorata, spiega il sig. Mauro: servirebbe un ingente investimento per ristrutturarla e progettarla come stalla libera.

Viene infine domandato agli intervistati se in merito alla gestione del territorio, in cui si muovono e se riscontrano criticità, ma non emergono particolari problemi, che, dice la sig.ra Clara, potrebbero essere presenti agli occhi di un visitatore ma a cui loro ormai hanno fatto l'abitudine e si sono adattati.

Massimo Pretto, in merito a questo punto, evidenzia invece la **viabilità difficoltosa in alcuni punti**, in particolare per alcuni mezzi. Espone poi un problema di più larga scala, che investe l'intero territorio comunale, ovvero la possibilità di aiuti, da parte dell'amministrazione comunale, sotto il profilo dell'immagine delle aziende agricole e dei prodotti che commerciano. L'amministrazione potrebbe aiutare con l'immagine delle aziende favorendo la **progettazione di un sito internet dedicato**, anche alla descrizione del prodotto che è venduto. Una seconda opzione, più strutturata, riguarda invece la **creazione di un marchio tipico per il prodotto comunale**. Ciò garantirebbe il prodotto e orienterebbe il consumatore alla comprensione delle lavorazioni, delle tradizioni che stanno dietro a questo tipo di prodotto. Anche dal punto di vista del prezzo di vendita, il marchio sarebbe utile: questo tipo di prodotto, infatti, va inquadrato anche sotto il profilo economico. Essendo un prodotto di qualità, non è possibile fare un paragone con alimenti in vendita nei supermercati. A tal proposito, gli intervistati sottolineano che sono poche le persone che guardano il rapporto prezzo qualità, preferendo la vendita all'ingrosso. Fortunatamente, continuano, molti consumatori salgono dal centro città per fare acquisti, inoltre, si trovano in un punto di passaggio di molti escursionisti, ma non hanno uno smercio nella frazione in cui si trovano, che ormai risulta disabitata. Ricordano infatti che a Grignaghe, negli anni 70 e 80, il paese era molto vissuto, con la presenza di asilo, scuole, bar e negozi forniti. Oggi questi servizi non sono più presenti, e anche fare la spesa diventa più impegnativo.

L'intervista si conclude trattando delle **regole e comportamenti dettati dalle ASL** circa la lavorazione dei prodotti e i macchinari che possono essere usati per questa. Gli intervistati concordano che è fondamentale seguire tali regole, considerando che i prodotti che realizzano sono destinati alla vendita, ma notano una conflittualità tra le tradizioni e le nuove leggi. Oggi è obbligatorio utilizzare strumenti in acciaio per la lavorazione del latte, mentre in passato i macchinari erano in legno. Secondo il sig. Mauro questa differenza nei materiali dei macchinari produce una differenza nel prodotto finale circa il gusto. Un ulteriore rischio riguarda la perdita di saperi circa le lavorazioni tradizionali che l'applicazione di queste leggi causa: quando il sig. Mauro era giovane, ricorda, in malga venivano utilizzati i rami degli abeti per filtrare il latte munto a mano.