



S.R.S. Cividino, E. Putignano

CirMont Centro Internazionale di ricerca per la Montagna

F. Iacuzzo, L. Dalla Costa

Università degli studi di Udine, Facoltà di Agraria

S. Santi

Ente Parco Naturale delle Prealpi Giulie.

C. Buttolo

Comune di Resia

STUDIO DELLE PROSPETTIVE DI COLTIVAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DELL'AGLIO DI RESIA



L'aglio di Resia, chiamato anche "strok", è un prodotto tipico della Val Resia, una vallata friulana situata tra Austria e Slovenia dove la popolazione, nel tempo, ha sviluppato e conservato proprie tradizioni culturali e linguistiche.

Appartiene al gruppo degli agli rossi, in quanto si presenta racchiuso da tuniche con pigmentazione a striature tendenti al rosato, al rosso, fino al violaceo. Il bulbo è di peso e consistenza apprezzabili, di dimensioni medie (30-40 g) ed è formato da bulbilli di numero variabile tra 6 e 8.

Gli spicchi si dispongono radialmente intorno all'asse dello stelo in un'unica corona circolare e non sono presenti spicchi centrali.

1 L'aglio di Resia

(archivio fotografico parco
delle Prealpi Giulie)

La coltivazione del prodotto è basata sull'impiego di manodopera familiare, segue pratiche agronomiche tradizionali e a basso impatto, con impiego minimo di concimi chimici (in generale si privilegia la concimazione organica) e prodotti antiparassitari. Vengono utilizzati appezzamenti di piccole dimensioni, distribuiti nella vallata fino a 1200 metri di altitudine: i terreni sono generalmente a medio impasto, molto ricchi di sostanza organica, ben drenati e ad elevata permeabilità. Secondo la tradizione, i bulbilli più grossi vengono interrati a novembre prima delle gelate, e successivamente viene realizzata la copertura del terreno (con letame, paglia, o telo plastico) per proteggere la coltura dal freddo. Le caratteristiche organolettiche più interessanti dell'aglio di Resia, sono: l'intensità dell'aroma e del sapore, più accentuate rispetto alle varietà comunemente commercializzate, e la buona serbevolezza del prodotto nel tempo.

Al fine di valorizzare questo prodotto, Cirmont insieme all'Università di Udine, al Parco Naturale Regionale delle Prealpi Giulie ed al comune di Resia, ha intrapreso un lavoro finalizzato allo studio delle qualità organolettiche e commerciali dell'Aglio di Resia attraverso il monitoraggio degli standard qualitativi e delle sue peculiarità organolettiche, la creazione di una banca dati relativa ai produttori ed alle tecniche di produzione dell'aglio resiano. Lo scopo è di rilanciare e consolidare un'attività produttiva tipica, in grado di promuovere la crescita economico-sociale della valle.



2



3

2 Foto campo di aglio

3 Commissione di garanzia e controllo durante le fasi di analisi del prodotto

Tab.1 Parametri qualitativi, punteggi e giudizi associati

*(nota 1) Dal 2004 i produttori dell'aglio della val Resia hanno sottoscritto un disciplinare di produzione. All'interno del disciplinare sono indicate le corrette modalità di coltivazione della pianta stessa, inoltre dal 2006 con il patrocinio del comune di Resia e del Parco delle Prealpi Giulie è stato registrato il marchio del prodotto "Aglio di Resia/Rozajanski Strok".

MATERIALI E METODI

Il punto di partenza della ricerca è stato la raccolta di svariati campioni di aglio coltivati dai produttori di Stolvizza, Oseacco, San Giorgio, Gniva e Lischiazze: la maggior parte di questi produttori aderisce al disciplinare del Presidio Slow Food, sostenuto dal Parco Naturale Regionale delle Prealpi Giulie, dal Comune di Resia, da Cirmont e Università degli Studi di Udine. I campioni analizzati sono stati raccolti in occasione della tradizionale festa della Trasumanza, mostra mercato delle ricchezze dell'agricoltura e dell'economia di montagna, svoltasi a Resia nel settembre 2006, ed in occasione di un lavoro pluriennale (2004-2007) di raccolta dati riguardanti i produttori, le tecniche produttive e di conservazione del prodotto. Per ciascun produttore è stata compilata una tabella contenente informazioni sulle pratiche agronomiche (il tipo di terreno utilizzato, le tecniche di coltivazione, il sesto d'impianto, le lavorazioni adottate) e sugli aspetti commerciali (modalità di conservazione e vendita) del prodotto.

METODOLOGIA D'ANALISI QUALITATIVA-COMMERCIALE

Durante la festa della Transumanza a Resia, sono stati individuati 10 produttori campione, la maggior parte dei quali aderisce al disciplinare del presidio Slow Food*.

Per ciascun produttore sono stati esaminati tre campioni di aglio (per un totale di 30 campioni), sottoposti ad una valutazione di parametri qualitativi e commerciali: si è proceduto alla compilazione di una scheda che riassumeva aspetti descrittivi del prodotto (vedi tabella 1 e 2) ed attribuiva loro un punteggio. Il valore di tale punteggio dipende direttamente dal grado di soddisfazione/insoddisfazione del consumatore rispetto alle caratteristiche del prodotto (si è trattato per lo più di una valutazione visiva, agronomica e merceologica). E' stata data alta rilevanza al colore, in quanto esso rappresenta la caratteristica peculiare e di immediata percezione visiva dell'aglio di Resia. In assenza di tale caratteristica difficilmente l'aglio viene percepito come aglio di Resia.

La scheda di valutazione si può dividere in due blocchi:

- A) Valutazione degli aspetti qualitativi (presenza di marciumi o patologie) e aderenza alle caratteristiche morfologiche proprie dell'aglio di Resia (scala di valutazione da 1 a 5)(valutazione di primo livello);
 B) Valutazione dei parametri commerciali: colore, pezzatura, compattezza del bulbo, presenza di residui terrosi e prezzo (scala di valutazione da 1 a 3) (valutazione di secondo livello).

A) valutazione di primo livello

Parametro	Punteggio e giudizio associato				
	1	2	3	4	5
1. Marciume/Patologie	presenti in modo abbondante su tutta la testa	presenti su più del 30% della testa	presenti in parte, ma localizzate sulla tunica esterna	presenti in modo sporadico	assenti
2. Valutazione morfologica	non ha caratteristiche dell'aglio di resia	caratteristiche appena accennate	caratteristiche presenti	caratteristiche significative	caratteristiche molto evidenti

Le caratteristiche peculiari che identificano l'aglio di Resia sono le seguenti:

1. presenza esclusivamente di bulbilli radiali (assenza di bulbilli centrali);
2. numero di bulbilli medio tra 6 e 10;
3. pezzatura del bulbo coerente col disciplinare;

Tab.2 Parametri commerciali, punteggi da moltiplicare per il relativo coefficiente, e giudizi associati

4. pigmentazione (dal rosato al violaceo) della tunica esterna del bulbillio. Dalla media dei punteggi derivanti dalle valutazioni di primo livello si è proceduto ad identificare i prodotti che effettivamente avessero i requisiti di vendibilità come aglio di Resia (i campioni che hanno raggiunto un punteggio minimo di 3 sono risultati "sufficienti" nella valutazione qualitativa).

B) valutazione di secondo livello

Parametro	Punteggio e giudizio associato		
	1	2	3
1. Colore	assente	presente	spiccato
2. Pezzatura	molto piccolo	medio	Normale
3. Compattezza	Poco compatto	Mediamente compatto	Molto compatto
4. Residui terrosi	presenti in modo abbondante su tutte la testa	presenti in modo sporadico	Assenti
5. Prezzo	incoerente	abbastanza coerente	Coerente

Una valutazione sufficiente di secondo livello corrisponde ad un punteggio medio, dato dalla somma delle valutazioni ottenute per ciascuna voce, pari a 10. La sufficienza per ciascun parametro corrisponde ad una valutazione pari a due.

La coerenza del prezzo con la qualità del prodotto è stata valutata considerando il prezzo consigliato ai produttori che hanno sottoscritto il disciplinare (10 euro/kg di prodotto fresco nel 2006, 12 euro/kg di prodotto fresco nel 2007), la qualità e la presentazione del prodotto.

In seguito per poter meglio valutare il rapporto qualità/prezzo è stata eseguita la somma dei parametri qualitativi in modo da avere un valore complessivo per ogni produttore, che si è poi comparato con il prezzo al Kg al quale viene venduto l'aglio da ogni singolo produttore.

Infine è stata realizzata la somma complessiva dei parametri qualitativi, commerciali comprensivi del prezzo per produttore e si è ottenuto un giudizio conclusivo.

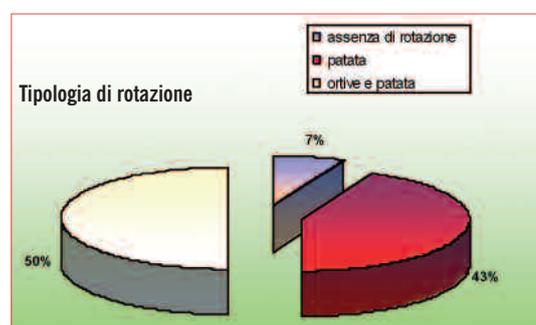
RISULTATI

Il lavoro di raccolta dati sui produttori di aglio di Resia ha permesso la realizzazione di un database contenente preziose informazioni sulle tecniche colturali, la conservazione e le modalità di consumo/vendita del prodotto. Tali informazioni hanno inoltre fornito utili indicazioni ai produttori sui punti di criticità della filiera produttiva: la qualità del prodotto scelto per la semina, e il rischio di attacchi di patogeni.

Il lavoro ha evidenziato una realtà produttiva fatta di piccoli coltivatori, prevalentemente hobbisti, che coltivano appezzamenti di circa 100 m² ad una altitudine media di 500 m. Il sesto d'impianto è caratterizzato dall'utilizzo di prode di una larghezza variabile tra 0,9 e 1,2 m; all'interno di ogni proda la distanza media tra pianta e pianta è di 0.15 m x 0.15 m. I produttori utilizzano per l'impianto seme (bulbilli) di propria produzione, ma non mancano gli scambi tra coltivatori. In generale la quota di produzione destinata alla risemina ha registrato un complessivo aumento dal 2004 al 2007 dovuto all'incremento della superficie coltivata (pari a circa il 10% annuo in più di bulbilli seminati).

La concimazione avviene con letame bovino, solo raramente vengono applicati trattamenti antiparassitari; viene abitualmente praticata la sarchiatura, la copertura del terreno con letame, paglia/fieno o la pacciamatura e la rotazione colturale (pratica obbligatoria da disciplinare).

Nel mese di giugno inoltre, tutti i produttori sono soliti ricorrere alla starlatura (rimozione manuale del primordio florale) della pianta per consumo alimentare. Questa pratica ha effetti positivi sulla produzione, poiché favorisce l'ingrossamento della parte ipogea della pianta ovvero dei bulbilli. L'aglio, una volta concluso il ciclo produttivo (a luglio-agosto), viene prevalentemente lasciato asciugare in



Graf.1 Utilizzo della rotazione colturale



Graf.2 La preparazione del prodotto per la vendita

IL CONTROLLO DELLA QUALITÀ

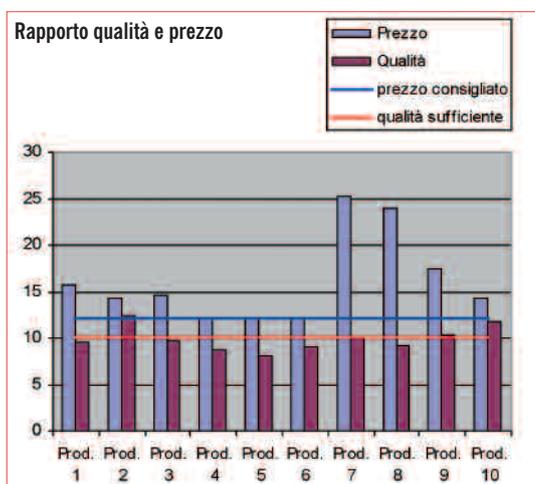
La valutazione qualitativa

Per quanto riguarda le caratteristiche morfologiche del prodotto analizzato (trenta campioni conferiti dai dieci produttori) si può affermare che tutti i campioni analizzati (eccetto uno) posseggono caratteristiche ascrivibili all'aglio di Resia. Nel caso del campione non corrispondente alle caratteristiche descritte, si suppone siano stati utilizzati per la semina bulbilli di ignota provenienza.

La qualità merceologica del prodotto non è risultata uniforme: per 40% dei produttori la valutazione è eccellente, per 30% di loro sufficiente, il rimanente risulta invece insoddisfacente (in un caso il prodotto presentava elevata incidenza di marciumi). Due produttori inseriti nell'analisi non aderiscono al disciplinare.

I dati raccolti hanno permesso di delineare una situazione generale soddisfacente, che presenta margini di miglioramento per riuscire ad avere un prodotto qualitativamente ottimale, soprattutto per quanto riguarda la presenza di marciumi/patologie.

Al contrario sono stati ottenuti buoni risultati per quanto riguarda i parametri compattezza, residui terrosi e pezzatura, a conferma dei dati ottenuti negli anni precedenti. Maggiore disomogeneità è stata riscontrata nella valutazione del colore e del prezzo. In quest'ultimo caso in particolare è emersa la necessità di maggiore coerenza tra prezzo applicato dai produttori e la qualità effettiva dell'aglio nonché di coordinazione tra i produttori stessi per l'applicazione del prezzo.



Graf.3 Andamento della qualità e del prezzo per produttore

Come si legge nel grafico 3, esiste un divario tra qualità globale dell'aglio e il prezzo a cui è stato venduto dai singoli produttori. Si dovrà pertanto puntare ad una futura armonizzazione di questi due aspetti.

CONCLUSIONI

Attraverso lo studio dell'aglio di Resia campionato durante la festa della Transumanza del 2006 e durante il lavoro di raccolta dati condotto in questi anni (2004-2007), sono emerse interessanti considerazioni. Da un lato il monitoraggio dei processi produttivi e dei produttori, ha consentito e consentirà di conoscere meglio questa produzione tipica così importante per la stretta sinergia con il territorio di origine e le sue tradizioni, nonché per la ricaduta economica e sociale che essa può determinare con la sua presenza e la sua crescita produttiva. Inoltre il database realizzato rappresenta un punto di partenza per un futuro miglioramento nella creazione e nell'utilizzo dello stesso e per una sua estensione. In secondo luogo, l'analisi qualitativa e commerciale ha permesso di delineare un prodotto, l'aglio di Resia, che presenta delle caratteristiche tipiche definite da un disciplinare di produzione, al quale la maggioranza dei produttori analizzati è conforme (es. pigmentazione rossastra tipica, presenza di soli bulbilli radiali, dimensioni standard). La produzione analizzata è stata giudicata buona per quanto concerne la pezzatura, la compattezza, la presenza di residui terrosi e la morfologia in generale. È stata invece registrata disomogeneità nella presentazione in termini di packaging ed etichettatura e soprattutto nella scelta del prezzo di vendita tanto che è stato riscontrato una certa incoerenza tra qualità del prodotto e prezzo applicato. Nonostante i risultati ottenuti siano discreti e promettenti, sono auspicabili e prospettabili miglioramenti in tutti gli aspetti riguardanti le strategie di prezzo del prodotto per poter raggiungere una situazione di eccellenza. Sarà necessario applicare strategie di prezzo comuni tra i vari produttori ed uniformare qualità del prodotto e modalità di presentazione.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Disciplinare di produzione dell'Aglio di Resia / Rozajanski Strok, seconda versione. Leonarduzzi Carlo, Prodotti tradizionali della montagna friulana: identificazione, produzione e prospettive economiche, Tesi di Laurea, Università degli studi di Udine, 2006. Gussetti Ilaria, La montagna tra degrado e sviluppo. Possibili strategie di rilancio: il caso Sauris, Tesi di Laurea, Università degli studi di Udine, 2004. Corigliano M., Viganò G., I presidi Slow Food: da iniziativa culturale ad attività imprenditoriale, pubblicazione dell'Università Bocconi, 2002. www.fondazione Slow Food.it www.cirmont.it Dalla Costa L., Miceli F. 2004 Una profumata risorsa della montagna: l'aglio di Resia Fuocolento, n. 3: 59-61. Dalla Costa L., Miceli F. 2004. L'aglio di Resia si vende a 10 euro per Kg. Terra e Vita Suppl. n. 2 al n. 9 Anno XLV. pp. 24-26.