IRIS AperTO

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Sviluppi della coltivazione del Marrone della Valle di Susa ed iniziative per la sua valorizzazione

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available http://hdl.handle.net/2318/117349 since

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

28 May 2024

Quaderni

della Regione Piemonte

Agricoltura

REGIONE PIEMONTE

Collana "Agricoltura" - Anno VII n. 38 - Novembre 2003 - Poste Italiane Sped. in A.P. - 70% - D.C. - DCI Torino - n. 05/03

n. 38

Quaderni
della Regione Piemonte

REGIONE PIEMONTE

n. 38

Agricoltura
COLLANA DI INFORMAZIONE SOCIO-ECONOMICA PER GLI AGRICOLTORI

Diffusione gratuita ad aziende agricole, tecnici, organizzazioni professionali, sindacali e cooperativistiche, associazioni di produttori, operatori dell'informazione, amministratori pubblici, istituti universitari e scolastici.

REDAZIONE PRESSO:

Regione Piemonte
C.so Stati Uniti, 21 - 10128 Torino
Tel. 011 - 432.4320/4722 - Fax 011 - 53.77.26
Indirizzo Internet: www.regione.piemonte.it
E-mail: agricoltura@regione.piemonte.it

DIRETTORE RESPONSABILE

ROBERTO SALVIO

VICE DIRETTORE

TEODORA TREVISAN

SEGRETERIA

ESTER LAVINA

PROGETTO GRAFICO

Nonsolografica

STAMPA

Litografia Spoletina - Del Gallo Editore - Spoleto
Tiratura: 72.000 copie

Chiusura in tipografia: novembre 2003 - n. 38

La riproduzione dei testi e del materiale iconografico è consentito dietro autorizzazione e citazione della fonte.

Registrazione del Tribunale di Torino n. 4184 del 5 maggio 1990

Spedizione in abbonamento postale - Pubblicità inferiore al 50 %

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO:

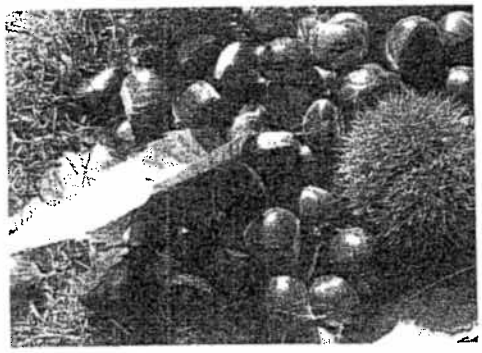
PER I TESTI

Lorenzo Berra, Pier Stefano Berta, Riccardo Brocardo, Emanuela Fontana, Vincenzo Gerbi, Giannetto Gianetti, Mariella Gimondo, Jeanet Hoeberechts, Gianfranco Latino, Chiara Morone, Silvana Nicola, Silvio Pellegrino, Giovanni Peira, Franco Percivale, Mario Redoglia, Luca Rolle, Daniela Saglietti, Andrea Sisti, Gianfranco Termini, Erica Varese, Salvatore Vullo, Giuseppe Zeppa

PER LE FOTO

Silvio Pellegrino, Mauro Raffini, Andrea Rossi, Teodora Trevisan

IN COPERTINA
Foto di Teodora Trevisan



Sommario

NOTIZIARIO

Tra gli antichi saloni delle Residenze del Vino 4
di Teodora Trevisan

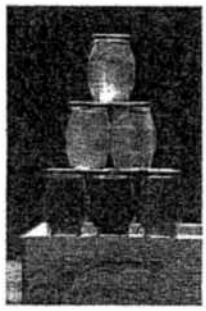
Fattorie pedagogiche per educare i giovani ad una sana alimentazione 5

Approvato il disegno di legge che istituisce le Agrotece Regionali 6

Nuova legge sui distretti rurali ed agroalimentari 7

Nasce il Tavolo per la Risicoltura del Piemonte 7

Promozione sui mercati esteri. Con "Naturalmente italiano" anche
I prodotti piemontesi di qualità. 9

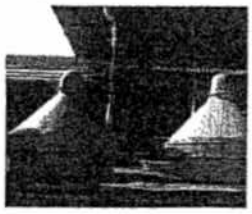


Apicoltura. Piemonte, prima regione in Italia. 10
di Gianfranco Termini

DOCUMENTI
Venti nuovi soffiano sulle DOP e IGP del Piemonte 12
di Riccardo Brocardo e Mariella Gimondo

INFORMAZIONE TECNICA
Portinnesti del pesco. Indicazioni per la corretta progettazione degli impianti di pesco 18
di Lorenzo Berra e Silvio Pellegrino

La coltivazione di piante officinali in Piemonte. Situazione attuale e prospettive 22
di Silvana Nicola, Daniela Saglietti, Jeanet Hoeberechts, Emanuela Fontana



Studio per la caratterizzazione del Grignolino 26
di Pier Stefano Berta e Mario Redoglia

Sviluppi della coltivazione del Marrone della Valle di Susa ed iniziative
per la sua valorizzazione 30
di Franco Percivale, Giovanni Peira, Erica Varese

Studio per la caratterizzazione dei prodotti tradizionali regionali.
Il Marrone della Valle di Susa 35
di Giuseppe Zeppa, Luca Rolle, Vincenzo Gerbi

AGENDA

Sviluppi della coltivazione del Marrone della Valle di Susa ed iniziative per la sua valorizzazione

Franco Percivale, Giovanni Peira, Erica Varese • *Dipartimento di Scienze Merceologiche, Università degli Studi di Torino*

◆ RICERCA FINANZIATA DALLA REGIONE PIEMONTE

L'esigenza di valorizzare concretamente il legame tra i prodotti agricoli ed alimentari ed i territori di provenienza, sottolineando l'individualità della loro origine e tradizione, risale a tempi antichi.
In questi ultimi decenni, tuttavia, tali esigenze si sono sempre più rafforzate in relazione, da un lato, all'evoluzione dei modelli di consumo dei Paesi sviluppati dove, progressivamente, è cresciuta l'attenzione del consumatore per gli aspetti qualitativi e, dall'altro lato, all'apertura transnazionale dei mercati che ha accentuato la competizione fra prodotti di qualità.
Il consumatore, ormai, per lo più scevro dalle suggestioni indotte dalla pubblicità, orienta il suo consumo verso beni in grado di offrire salute, benessere, un ritorno alla tradizione e, per quanto concerne i prodotti alimentari, dimostra una crescente attenzione per gli aspetti qualitativi e nutrizionali del cibo.
Tale interesse è avvertito anche a livello comunitario e, a partire dagli anni Ottanta, si è assistito ad una progressiva evoluzione della Politica Agraria Comune che ha fissato obiettivi volti sempre meno al raggiungimento di livelli quantitativi di produzione e sempre più attenta agli aspetti qualitativi dei prodotti ed alla tutela paesaggistica.
Inoltre, la riforma della PAC, modificando profondamente la precedente impostazione incentrata su prezzi alti e mercati di sbocco garantiti per i prodotti[1], ha inserito, tra gli obiettivi preminenti, il sostegno dell'attività agricola nelle zone in cui questa risulti indispensabile per l'assetto del territorio e la salvaguardia dell'ambiente.
In tale contesto, può essere inserita un'azione di recupero e di valorizzazione delle colture caratterizzanti un territorio poiché, in un Paese, come l'Italia, soggetto al rischio di frane e di erosioni, le risorse forestali esercitano una funzione non soltanto produttiva ma anche di difesa idrogeologica.
La valorizzazione ed il recupero dei castagneti della Valle di Susa, sicuramente abbraccerebbero tali politiche di salvaguardia dell'ambiente contribuendo a sensibilizzare gli agricoltori nei confronti delle problematiche ambientali e valorizzando, anche dal punto di vista culturale e paesaggistico, il territorio.

Presupposti storici e culturali della coltivazione del Marrone nella Valle di Susa

Secondo gli studiosi, il castagno si sviluppò grazie all'incessante intervento dell'uomo[2].
Nella Valle di Susa, la coltivazione vera e propria dei castagneti da frutto può farsi risalire ad epoca Romana, ma è dal Medioevo in poi che si hanno documenti e notizie certe sulla diffusione e sull'importanza che tale coltura ha assunto, con particolare riferimento ai Marroni.
Nel XII-XIII secolo, la castagna veniva definita "prodotto boschereccio di notevole importanza per l'economia della Valle" e si ha la documentazione di una cessione in mezzadria di castagneti (a Susa ed a Salbertrand) da parte del prevosto di Oulx ad un abitante di Chiomonte, Giovanni Forville, finalizzata alla cura, coltivazione, produzione e scambio commerciale[3].
Tra i tanti castagneti merita di essere ricordato il "castagneretus de Templeriis", appartenente all'ordine dei Templari, in regione Boarda situato tra Villar Focchiardo e San Giorio, ove, ancora oggi, appaiono esservi le più antiche ceppaie di marroni della valle[4].
Con l'avvenuta cessione del Delfinato alla Francia, vi fu un periodo di decadenza economica durante il quale "la presenza delle castagne è fondamentale e preziosa"[5].
Sotto Carlo II, vi fu una ripresa dell'economia e, soprattutto nella zona tra Mattie e Villar Focchiardo, come dimostrano testimonianze storiche, la raccolta delle castagne garantì un lavoro alquanto remunerativo.
Per tutto il 1700 e il 1800, in Valle di Susa, la castagna ha continuato a costituire un'importante ed insostituibile fonte d'alimentazione e di reddito per le popolazioni delle zone collinari e montane.
Inoltre, la Valle di Susa ha assunto, nei secoli, un ruolo particolare in conseguenza alla sua strategica posizione rispetto alle vie di comunicazione e, quindi, commerciali e, anche se la maggior parte della

produzione veniva destinata all'autoconsumo o al commercio locale, non sono da sottovalutare i rapporti che aveva con i mercati esteri.
Nel 1930, uno studio condotto dal Dott. Rondelli sulla media Valle di Susa, citava un'inchiesta del 1750 riportante la struttura economica della zona che si presentava prevalentemente agricola e pastorale e, tra l'altro, si evince che il bilancio alimentare era, nella maggior parte dei Comuni alpestri, in deficit e doveva essere integrato con una congrua aggiunta di castagne. Le condizioni di vita erano dunque assai primitive ed appena sufficienti al soddisfacimento dei bisogni primari. Si trattava di un'economia tipicamente alpina che ricercava, già allora, di integrare i redditi derivanti dall'attività agricola con attività nei settori più disparati.
A quei tempi, la popolazione era maggiormente concentrata sui pendii e nelle località alpestri piuttosto che nel fondovalle.
Il venire meno delle condizioni che avevano favorito l'insediamento dell'uomo nelle impervie località montane, lo sviluppo delle comunicazioni e dei transiti e, successivamente, il progresso tecnologico unitamente all'industrializzazione, hanno profondamente mutato l'assetto anche di questa Valle. A partire dagli Anni '40, infatti, per effetto di un complesso di fattori che hanno contribuito ad accelerare il fenomeno dello spopolamento della montagna e del cambiamento delle abitudini alimentari, si è registrato un progressivo processo di emarginazione e di declino della castanicoltura, con una successiva riduzione della superficie investita a castagneto.
Dagli anni '80, tuttavia, per motivi di carattere sociale, economico e commerciale, ma soprattutto per limitare gli effetti negativi sul territorio determinati dall'abbandono del terreno, si è ravvisata l'opportunità, o, forse, la necessità, di favorire il rilancio della castanicoltura. Questa diffusa ripresa del settore è stata favorita dalle buone condizioni di mercato dei Marroni ed anche dalla consapevolezza che i castagneti costituiscono non solo una fonte di reddito non trascurabile, ma anche un patrimonio collettivo estremamente importante dal punto di vista storico, ambientale, paesaggistico nonché turistico-ricreativo, peculiarità tipiche di tutti i castagneti della Valle di Susa.
A conferma di un'area che vive in simbiosi con i castagneti che la circondano, importante è divenuta la "Sagra Valsusina del Marrone", a Villar Focchiardo, ed una più recente a San Giorio di Susa. Le prime tracce della manifestazione si hanno intorno al 1938; in seguito, la Sagra riprese nel 1962, a testimonianza della riconoscenza dovuta al valore economico di questo frutto ed in continuazione della tradizione.
Tra le molte Province castanicole, quella di Torino, grazie alla Valle di Susa, è nota da tempo, non tanto per la quantità della produzione, quanto per le ottime caratteristiche qualitative di alcune varietà.
L'area formata da un certo numero di Comuni valsusini rappresenta, da decenni, una zona particolarmente vocata alla coltivazione del castagneto da frutto, dove la varietà locale di castagna "*Marrone della Valle di Susa*" è riconosciuta dagli esperti come una delle più pregiate varietà presenti sul mercato.
Considerando che la castanicoltura, importante risorsa economica della montagna, sta nuovamente suscitando interesse per la sua capacità di fornire redditi integrativi derivanti dal mercato dei marroni, la Comunità Montana Bassa Valle di Susa e Val Cenischia ha intrapreso, da circa un decennio, parecchie iniziative volte al recupero dei castagneti da frutto ed al rilancio della castanicoltura. Gli interventi sono stati effettuati per perseguire un importante obiettivo: la qualificazione e la valorizzazione della produzione del Marrone locale.

Ambito territoriale e caratteristiche del Marrone della Valle di Susa[6]

La zona tipica interessata dal marroneto è in destra idrografica del Comune di Sant'Antonino di Susa sino a Gravere, anche se il Marrone è coltivato anche sulla sinistra idrografica. Fra i due versanti si riscontrano alcune diversità in merito alla serbevolezza (maggiore sulla sinistra) ed alla forma che risulterebbe leggermente diversa. Pare che tali variazioni siano dovute a fattori ambientali piuttosto che a differenze varietali[7].
Nella Valle di Susa, sono riconosciuti 3 ecotipi: *Marrone di San Giorio* o della Valle di Susa propriamente detto, *Marrone di Bruzolo* e *Marrone di Meana*. Esistono, poi, delle varietà di castagne che fungono da impollinatori[8].
I Marroni della Valle di Susa presentano una forma ellittica-allungata o arrotondata, con pelosità fitta anche se non molto estesa.
La pezzatura si può definire variabile tra quella grossa (70-75 frutti per kg di prodotto) e quella medio-piccola (80-90). La torcia del frutto si presenta media o medio-lunga con stili disseccati, corti e di colore bruniccio. La cicatrice ilare è di forma variabile, con tendenza al rettangolare e con leggera pelosità residua al contorno. La raggiatura stellare nel pro-

Tabella 1:

Tipologia di frutti di castagno della Valle di Susa[1]

Cultivar	Provenienza	Epoca di maturazione	Frutti/kg	Utilizzo prevalente
		Castagne		
Neirane	Villar Pellice	Media	100	Fresco
Pelosa	Val Grana	Media	120-130	Essiccato-farina
Solenghe o solengi	Valle di Susa	Tardiva	140	Fresco
		Marroni		
San Giorio oVal Susa	Valle di Susa	Media	70-75	Marron glacés; fresco
Bruzolo	Valle di Susa	Media	75-80	Marron glacés; fresco
Meana	Valle di Susa	Media-tardiva	85-90	Marron glacés; fresco

dotto non è molto estesa e presenta bordi frastagliati di colore lievemente più intenso del resto dell'ilo.
Il prodotto presenta un pericarpo di colore marrone piuttosto chiaro, con striature più scure, frequenti, rilevate e con l'interno leggermente peloso. L'episperma è di colore nocciola chiaro con striature più scure che si separa con facilità dal seme. Il seme, infine, è di colore giallo chiaro, di gradevole sapore zuccherino e con scarsa percentuale di settatura.
Le condizioni ambientali di coltura dei castagneti destinati alla produzione dei "Marroni della Valle di Susa" sono quelle tradizionali hanno una densità di piante di 80-120 pte/ha. Le cure colturali ed i sistemi di potatura e di raccolta, in special modo per i nuovi impianti sono attuati in modo tale da mantenere le caratteristiche peculiari dei frutti.
La produzione massima è di 25 quintali/ha in coltura specializzata.

Cenni di storia del commercio della castagna e del marrone: l'importanza strategica della Valle di Susa
Fino al 1800, le castagne rivestivano un'importanza circoscritta alle zone di produzione, rappresentando uno degli alimenti fondamentali delle popolazioni locali.
Allora, il commercio era limitato al semplice scambio di prodotti tra le zone agricole ed i centri abitati da cui dipendevano. Le difficoltà di trasporto di un frutto povero come la castagna, che solo in quantità risultava remunerativo, limitavano al minimo i traffici, caratterizzati da scambi sporadici.
Vi era un commercio annuale[9] verso Parigi, per vendere tale frutto come primizia agli angoli delle strade e vi fu un tentativo di esportazione, svoltosi con enormi difficoltà, verso i Paesi del nord, specie i Paesi Bassi; entrambe le iniziative, però, risultarono di scarso interesse a causa del deperimento dei frutti.
L'esigenza di un commercio più esteso ed intenso, cominciò a farsi sentire solo quando la produzione divenne eccedente rispetto al consumo locale.
L'allargarsi delle reti ferroviarie fu determinante per lo sviluppo del commercio, poiché per questa via notevoli quantitativi poterono affluire verso centri anche molto lontani, in particolare dal momento in cui fu superato l'ostacolo rappresentato dalle Alpi.
La prima vera esportazione dall'Italia in quantità rilevante, iniziò nel 1854 quando, in seguito alla inaugurazione della ferrovia Torino-Susa, un gruppo di ticinesi si stabilì a Bussoleno e vi aprì un magazzino per la raccolta dei marroni, destinati ad essere inviati per la maggior parte in Francia, attraverso il Moncenisio.
La costruzione della Ferrovia Feel (valicava il Colle del Moncenisio, partendo da Susa fino a St. Michel in Savoia), ma soprattutto l'apertura del traforo del Frèjus (aperto nel 1871, primo traforo delle Alpi), assicurando transiti più efficienti e continuativi, contribuirono all'espansione delle correnti commerciali verso i mercati più lontani.
Fra le zone di produzione, la Valle di Susa, grazie alla sua posizione geografica, assunse fin da quegli anni, un ruolo preminente nell'esportazione verso la Francia e gli altri Paesi europei. Nella valle, ciò portò al moltiplicarsi di ditte esportatrici di castagne, tanto che all'inizio di questo secolo, solo Bussoleno ne contava cinque.
Gradatamente gli scambi commerciali si intensificarono ed il prodotto valsusino ed italiano raggiunse, oltre alla Francia, altre mete europee quali Belgio, Inghilterra, Svizzera ed extra-europee[10].
Nel 1880, infatti la ditta Scossa-Baggetti-Cavargna di Bussoleno diede inizio all'esportazione oltreoceano, inviando la prima partita di castagne negli Stati Uniti d'America. Successivamente, il prodotto italiano venne esportato in Sud America (Brasile ed Argentina in particolare) e nel continente asiatico.
La richiesta, inizialmente debole, ha subito raggiunto valori elevati: nel 1885 la ditta Cavargna Vec Valsusina esportava già 10.000 quintali di marroni sul mercato americano.
Per quanto concerne la situazione attuale, la mag-

gior parte delle numerose ditte fondate nel corso del 1800, in Italia, sono state sciolte nei primi decenni del secolo scorso, a causa della mancanza di successori alla morte dei proprietari e delle difficoltà legate alle due Guerre Mondiali.
La castagna, da prodotto di consumo di massa, è passata oggi a prodotto d'élite. Per effetto di questo fenomeno evolutivo il mercato ricerca la qualità e non più la quantità.
Di conseguenza, i commercianti possono realizzare utili maggiori con una produzione qualitativamente pregiata. Il Marrone, il quale, a parte il consumo fresco (caldarroste e lesse), è ricercato dall'industria di trasformazione, cioè da quelle aziende dell'artigianato dolciario che ne ricavano dolci tipici, *marron glacé*, canditi, marmellate, farine per dolci.
Verso il 1980, la stessa esportazione che per più di mezzo secolo aveva fatto conoscere a tutto il mondo il prodotto in questione ha perso posizione a causa della mancanza di una produzione di qualità. L'Italia si avviava a diventare un Paese importatore di castagne acquistando da quei Paesi come Francia e Spagna che, per primi, hanno favorito ed incrementato il recupero dei vecchi castagneti ed il rilancio della moderna castanicoltura.
Nell'ultimo decennio, vi è stata un'inversione di tendenza grazie agli incentivi ed ai piani di recupero e manutenzione del castagno.
Normalmente, il prodotto viene venduto attraverso i numerosi mercati locali esistenti nei centri di maggiore produzione: fiere e sagre che presentano anche interessanti aspetti folcloristici e turistico-ricreativi.
Un piccolo quantitativo è venduto direttamente dai produttori ai consumatori: chioschi lato strada, passaggi diretti.
Il rimanente, rappresentante il quantitativo maggiore, viene acquistato e commercializzato da ditte specializzate.
Il prezzo medio del triennio 1995-1997 del *Marrone della Valle di Susa*, pagato dalle Ditte trasformatrici ai produttori, è stato lire 2.500-3.800 al chilogrammo, in base alla pezzatura (da 65 a 79 frutti al kg), invece il prezzo medio pagato dai consumatori ai produttori sempre in base alla pezzatura (da 65 a 85 frutti al kg) è stato di circa lire 2.500-6.000 al chilogrammo.
In qualsiasi forma venga commercializzato, il *Marrone della Valle di Susa*, per le qualità intrinseche del frutto, dà luogo a prodotti di altissima qualità che si inseriscono nelle fasce di mercato superiori, e come tale è unanimemente riconosciuto sia a livello nazionale che internazionale.

Canali distributivi e di vendita del *Marrone della Valle di Susa*

La campagna di commercializzazione dei marroni si svolge, in genere, dalla metà di settembre protraendosi fino al mese di marzo. Si caratterizza di momenti in cui la domanda appare particolarmente intensa e di altri nei quali il consumo stenta a mantenere livelli accettabili[11].
Il mercato appare comunque sempre più esigente. Il consumatore predilige soprattutto le cultivar in grado di offrire un frutto di elevata pezzatura. Varietà qualitativamente valide dal punto di vista organolettico ma con frutti non sufficientemente dimensionati, non sembrerebbero esercitare più quell'interesse che un tempo veniva loro riservato.
Anche l'industria dolciaria, che alimenta una interessante domanda, per far fronte alle proprie esigenze, necessita di un prodotto caratterizzato da standard qualitativi elevati.
Il marrone viene commercializzato, solitamente, dopo aver subito alcune operazioni per far sì che esso diventi "commerciabile" e, poi, suddiviso per pezzatura, intendendosi con questo termine il numero di frutti contenuti in un chilogrammo di prodotto.
Nei magazzini dei grossisti, i marroni sono oggetto di particolari lavorazioni (disinfestazione, cura, calibratura, selezione, confezionamento, ecc.), per aumentare la possibilità di conservazione e per meglio predisporli per l'immissione sui mercati nazionali ed esteri.
La produzione di marroni trova il proprio collocamento attraverso diversi canali: mercati al consumo, rifornimento alle ditte esportatrici, alle aziende di trasformazione a livello industriale per l'ottenimento del prodotto semilavorato o finito.
Nella tabella 2, vengono rappresentati, in termini percentuali, i canali di distribuzione della produzione di marroni nella Valle di Susa; essa è stata redatta in seguito ad incontri con i diretti interessati[12].
Attualmente, in Valle di Susa, non ci sono industrie di trasformazione del prodotto e, quindi, a parte il consumo fresco locale, la maggior parte della produzione del marrone valsusino viene commercializzata al di fuori della Valle.
Si può immediatamente scorgere che il dato dominante della destinazione del prodotto, 71% della produzione, va a confluire alle due aziende esportatrici presenti sul territorio (la Cavargna Vec di Bussoleno e la S.E.C.A. di Cuneo)[13].
La Valle di Susa mantiene una posizione di indiscus-

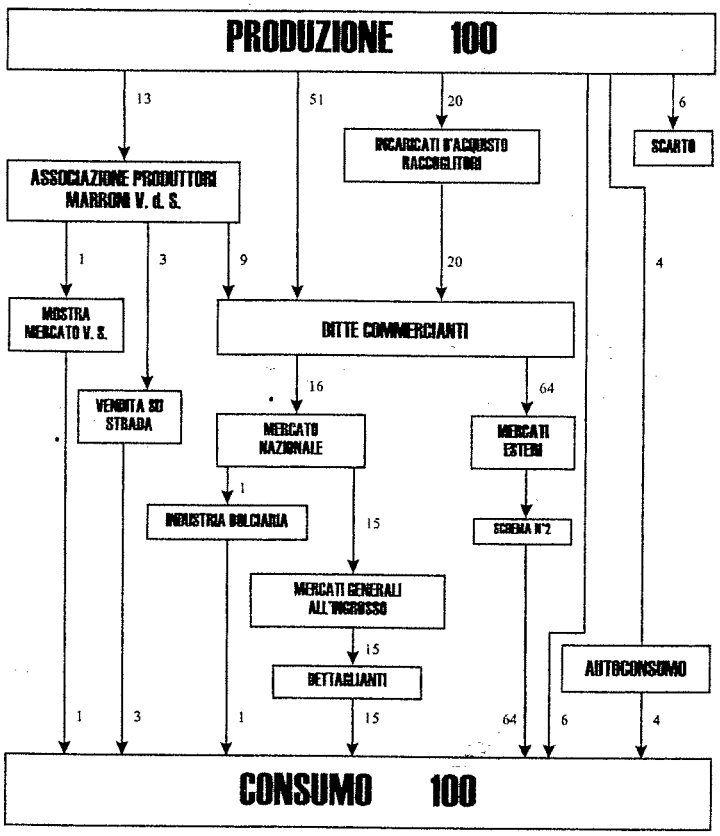
sa importanza per quanto riguarda la qualità dei marroni e, pertanto, gode del favore dei mercati stranieri, sia per il consumo fresco sia per il trasformato.
I Paesi maggiori importatori di marroni valsusini sono: la Francia, la Svizzera, l'Austria, la Germania, e non ultimi gli Stati Uniti ed il Canada.

I piccoli produttori ed i coltivatori part-time, quindi, per i modesti quantitativi di prodotto disponibile, manifestano uno scarso potere contrattuale e, sovente, non potendo partecipare ai mercati più rappresentativi, si vedono costretti a svendere il prodotto.
Solo il 14% della produzione è raccolto dall'Associazione Produttori Bassa Valle di Susa e Val Cenischia, che, senza considerare antichi ma soprattutto irrilevanti contatti con la Francia, riversa il 67% del suo quantitativo totale di circa 60 t alle aziende innanzi citate. Un 10% è inviato, fresco in sacchetti, alle Mostre Mercato presenti nelle note Sagre valsusine, che attirano ogni anno numerosi partecipanti a Villar Focchiardo (la prima sorta e la più conosciuta), San Giorio di Susa e nel, 1999, anche ad Oulx e Ala di Stura, in occasione di feste paesane.
Sono stimate con 12-15 t quelle quantità che sono privatamente vendute con passaggi diretti o su chioschi sul lato delle strade. E' ovvio che si tratta di un dato non facilmente controllabile.
L'autoconsumo e lo scarto della produzione ricoprono circa il 10% della produzione.

L'esperienza valsusina del marchio "*Marrone della Valle di Susa*"

La vocazione castanicola della Valle di Susa ha portato alla costituzione dell'Associazione Produttori "*Marrone della Valle di Susa*", la quale da deciso di adottare uno specifico marchio di qualità: MARRONE DELLA VALLE DI SUSA al fine di poter meglio vigilare e tutelare, agevolare e perfezionare la produzione e la commercializzazione di questo prodotto, valorizzarne la tipicità e l'immagine, impedendo abusi o irregolarità per gli utilizzatori del marchio.
Come richiesto dall'articolo 32 dello Statuto dell'Associazione Produttori, le norme di applicazione e di controllo di un marchio di qualità adottato dall'Associazione stessa deve essere disciplinato da un regolamento interno vincolante per l'utilizzo del marchio. Tale Regolamento è stato costituito nel febbraio del 1993 e registrato nel marzo dello stesso anno.
Occorre, tuttavia, rilevare che il suddetto marchio non è riuscito pienamente nell'intento di promuovere e valorizzare le caratteristiche peculiari di tale prodotto e, pertanto, considerando che la castanicoltura, importante risorsa economica della montagna, sta nuovamente suscitando interesse per la sua capacità di fornire redditi integrativi derivanti dal mercato dei marroni, la Comunità Montana Bassa Valle di Susa e Val Cenischia ha intrapreso anche altre iniziative volte al recupero dei castagneti da frutto ed al rilancio della castanicoltura.
In questo contesto si inserisce la richiesta di "Indicazione Geografica Protetta " per la varietà locale di castagno "*Marrone della Valle di Susa*".

Tabella 2 - Canali di distribuzione della produzione valsusina di marroni (Dati %).



Fonte: dati elaborati con i diretti interessati - Febbraio 2001

Conclusioni

Il marrone ha caratteristiche qualitative migliori rispetto alle castagne: può essere riconosciuto facilmente da queste ultime poiché ha un sapore più dolce e profumato, una pezzatura maggiore e perché è protetto, sotto la buccia, da una sottile pellici-

na che può essere asportata senza difficoltà.
Il consumatore medio, tuttavia, il più delle volte ha difficoltà a percepire le differenze tra marroni e castagne e, pertanto, sarebbe, *in primis*, necessario prevedere delle opportune e mirate strategie comunicazionali al fine di consentire ai consumatori di effettuare, al momento dell'acquisto, una scelta oculata.
In questi ultimi anni, la Comunità Europea ha rilasciato l'attestazione di Indicazione Geografica Protetta (IGP) sia al "Marrone del Mugello" sia al "Marrone di Castel del Rio"; ciò ha permesso e facilitato i relativi Consorzi di Tutela che hanno potuto impostare delle campagne promozionali *ad hoc* per promuovere questi prodotti.
In questo periodo, per valorizzare il marrone valsusino, la locale Associazione dei Produttori sta presentando istanza alla Regione Piemonte per il riconoscimento dell'attestazione comunitaria IGP.
L'esperienza maturata per altri prodotti ha dimostrato che l'adozione di un marchio IGP ha generato un'espansione dei volumi di vendita in corrispondenza di prezzi più elevati. E' stato, infatti, constatato che i consumatori europei percepiscono le attestazioni comunitarie come garanzia di qualità.
Qualora la Comunità Europea rilasciasse tale attestazione, potrebbero essere previste le seguenti politiche per la valorizzazione dei *Marroni della Valle di Susa*:
· sviluppare le Sagre, soprattutto quelle di S. Giorio di Susa, di Mattie e di Meana, mentre quella di Villar Focchiardo ha già raggiunto un livello di visitatori, difficilmente incrementabile;
· aumentare il numero dei soci le quantità raccolte dall'Associazione dei Produttori (oggigiorno sono iscritti circa 60 produttori, sui circa 600 che operano in valle);
· costruire un impianto per la lavorazione del marrone. L'Associazione dei produttori ha presentato un progetto, inserito nei "Patti Territoriali" per la realizzazione di un impianto per la lavorazione del marrone. Gli enti preposti hanno espresso parere positivo sul progetto, ma la normativa prevede che vi sia un cofinanziamento pubblico-privato. In queste settimane enti pubblici ed operatori della filiera (produttori, commercianti e trasformatori) si stanno confrontando per verificare la fattibilità del progetto. Esso potrebbe prevedere, nell'ipotesi più semplice, una linea per l'allungamento del fresco attraverso un processo di curatura in acqua, oppure, supponendo investimenti più ingenti, una linea per ottenere dei semilavorati o addirittura dei prodotti finiti come i *marron glacé*. La prima ipotesi potrebbe essere fattibile a costi contenuti, mentre le altre necessitano di approfondimenti perché vi potrebbe essere il rischio di acquistare delle linee sovradimensionate rispetto ai quantitativi potenziali che potrebbero essere lavorati. La quantità di marrone prodotta in Valle di Susa è di circa 4000 quintali, di cui solo 10-15% viene lavorato per ottenere soprattutto i *marron glacé*.

Occorre, infine, rilevare che il proseguimento dell'azione diretta al recupero dei castagneti ed alla predisposizione di nuovi impianti con cultivar selezionate, oltre a migliorare la quantità e qualità della produzione, consentirebbe di perseguire la funzione di salvaguardia idrogeologica del territorio nonché la promozione paesaggistica e culturale della Valle di Susa.

1 V. Bivona, G. Calabrò, *"Il traffico mondiale delle merci. Elementi di merceologia doganale"*, Samperi, Messina, 2000, pag. 87.
2 Esso era non solo l'albero del pane perché i suoi frutti lo nutrivano ma anche l'albero utile per riscaldarsi (la sua legna veniva usata come combustibile, il tronco per la fornitura di legname da costruzione, per attrezzi agricoli, slitte, carri, pali per sostenere le vigne e per molti altri lavori), l'albero del miele (a quei tempi unico ingrediente per zuccherare), l'albero produttore di foglie utili per la preparazione del letto per il bestiame ed, infine, l'albero del tannino, utile per la concia delle pelli e per la tinta in nero. Dunque, può essere individuata una vera e propria "civiltà del castagno". N. Bartolomasi, *"Valsusa Antica"*, Pinerolo 1995, pagg.189-190.
3 E. Patria, *"Note sull'economia del Bec Dauphin nei secoli del tardo medioevo"*, 1971, pag. 90.
4 M. Cavargna, *Il marrone nella commercializzazione*, in Atti del Convegno sul castagno da frutto, Villar Focchiardo, 21 ottobre, 1989.
5 M. Ruggiero, *"Storia della Valle di Susa"*, Pinerolo, 1996, pag. 158.
6 Dati raccolti presso la Comunità Montana Bassa Valle di Susa e Val Cenischia.
7 Relazione di sintesi del Piano di sviluppo economico-sociale della Comunità Montana B.V.S. e V.C., 1988-1992.
8 In Valle di Susa, possiamo incontrare le varietà: *Neirane, Pelosa di Vaie, Solenghe*. Fungono anche da impollinatori i marronsimili e cioè piante di castagno marrone selvatico nate da seme. Gli impollinatori si trovano per lo più ad altitudini oltre 500-700 m e su terreni impervi, dunque i frutti non vengono raccolti, se non per uso privato.
9 M. Parmentier, *"Traité de la châtaigne"*, Cap. II, Bastia e Parigi, 1780.
10 Testimonianza orale del Dott. P.L. Cavargna-Bontosi, Bussoleno, Gennaio 2000.
11 C. Pirazzoli, *"Situazione e prospettive commerciali delle castagne in Italia"*, Atti Convegno Castagno 2000.
12 Sig. Falchero, tecnico della Comunità Montana Bassa Valle di Susa e Val Cenischia, Dott. Cavargna, presidente ed amministratore della ditta esportatrice avente sede a Bussoleno.
13 Fino a pochi anni fa, fra le imprese commerciali operanti nell'ambito valsusino, era presente anche l'Agrimola di Casalfiumanese (BO) la quale, oltre ad approvvigionarsi nelle zone sue circostanti (Castel del Rio, Marradi, Palazzuolo sul Senio), integrava abbondantemente le sue forniture con marroni provenienti dalla Valle di Susa, per servire oltre i mercati esteri anche quelli italiani tramite la Grande Distribuzione. Inoltre "preparava" i marroni valsusini per l'Agrimontana di Borgo San Dalmazzo (Cuneo), la quale li trasformava in *marron glacé* che venivano, poi, venduti alle pasticcerie per essere immessi sul mercato a prezzi molto elevati.