

*L'agricoltura di montagna:
le aziende delle donne, caratteristiche agricole e socio-rurali*

Mario Adua

Ricercatore

Istituto Nazionale di Statistica

*1. Introduzione*¹

L'Istat (Istituto nazionale di statistica) prosegue da tempo una fattiva collaborazione con l'Onilfa (Osservatorio nazionale sull'imprenditoria ed il lavoro femminile in agricoltura), costituito presso il Mipaf (Ministero delle politiche agricole e forestali), nel comune interesse per una maggiore conoscenza scientifica della presenza femminile nel settore agricolo.

L'Istat, per soddisfare le crescenti esigenze informative sulle statistiche di genere, ha notevolmente incrementato l'elaborazione e la diffusione di dati relativi sia al collettivo delle aziende gestite dalle donne che al lavoro femminile in agricoltura, con particolare riferimento alle donne conduttrici ovvero imprenditrici agricole.

La presente relazione riporta i principali risultati sulle caratteristiche agricole e socio-rurali delle aziende condotte dalle donne nella montagna italiana; i dati derivano da una specifica elaborazione al "femminile" delle informazioni rilevate dall'Istat con l'Indagine sulla struttura e produzione delle aziende agricole relativa all'anno 1999, che ha interessato un campione di circa 80 mila unità.

Si tratta di uno studio originale che tende a quantificare il "peso" delle donne nel mondo rurale della montagna in relazione alle principali problematiche economiche e sociali che vive chi opera e lavora in condizioni ambientali più difficili rispetto a chi risiede e lavora nelle aree di pianura e collina.

L'analisi proposta si riferisce alla montagna italiana in complesso; studi relativi a territori più circoscritti ed a singoli comuni o comunità montane saranno possibili solo utilizzando i dati censuari o realizzando apposite rilevazioni statistiche.

2. Il quadro di riferimento

Nell'attuale contesto nazionale ed internazionale, l'agricoltura attraversa una

¹ La presente ricerca è stata esposta il 22 giugno 2002 a Fara San Martino (CH) in occasione del Convegno "Donna e montagna: quale agricoltura? Passato, presente e futuro", organizzato dall'Onilfa (Osservatorio nazionale per l'imprenditoria ed il lavoro femminile in agricoltura) e dalla Commissione pari opportunità - Regione Abruzzo.

complessa fase di trasformazione e ridefinizione del proprio ruolo socio-economico. L'aumento della produzione agricola non è più il fine ultimo delle pratiche agronomiche in quanto acquistano sempre più rilievo problematiche relativamente recenti, quali la salvaguardia ambientale, l'agricoltura sostenibile o ecocompatibile, la difesa idrogeologica, la biodiversità, la qualità della vita, la presenza dell'uomo sul territorio, ecc. (Adua, 1999a).

Nell'ambito delle differenti funzioni specifiche che l'agricoltura va acquisendo e svolgendo a favore della società e di un generale miglioramento della qualità della vita, la presenza e l'azione delle donne si caricano di nuovi e più salienti significati economico-sociali e demografico-ambientali (Adua, 1999a).

Per gli anni '70 e '80, l'analisi socio-economica configura essenzialmente la femminilizzazione delle campagne come un processo di sostituzione e/o integrazione del lavoro maschile più attratto retributivamente e socialmente da altri settori economici. In sostanza, per le donne si riscontra un maggiore attaccamento alla terra di quanto lo si registri per gli uomini, maggiormente attratti dalla possibilità di lavorare in altri comparti più redditizi; in tali circostanze, le donne, più restie ad abbandonare definitivamente l'agricoltura, sono spesso subentrate ai maschi nella conduzione aziendale (Autori vari, 2000).

Con il 1990, sembra essersi esaurita la spinta generalizzata alla femminilizzazione dell'imprenditoria agricola (Istat, 2001a). L'ulteriore evoluzione e trasformazione dell'agricoltura italiana richiede alle imprenditrici nuove sfide e scelte coraggiose per poter continuare a produrre ed a migliorare la propria posizione sul mercato agricolo (Adua, 1999b).

Gli anni '90 rappresentano un decennio significativo e diverso dell'impegno delle donne. Tale periodo è caratterizzato sia da una forte tendenza alla ristrutturazione ed innovazione del processo produttivo che da una rinnovata attenzione per l'ambiente, l'agriturismo, le produzioni biologiche ed i prodotti di qualità (Adua, 1998).

L'analisi riportata nel presente paragrafo è relativa al confronto fra taluni dati del 4° Censimento generale dell'agricoltura - Anno 1990 con le analoghe informazioni

rilevate dall'Indagine sulla struttura e produzioni delle aziende agricole - Anno 1999 ².

Dal 1990 al 1999, le aziende femminili diminuiscono di 71 mila unità (da 667 mila a 596 mila), mentre quelle maschili si riducono di ben 324 mila unità (da 1.998 mila a 1.674 mila). E' evidente come il tasso di fuoriuscita delle aziende del collettivo femminile, pari al 10,6%, risulti inferiore rispetto a quello maschile che raggiunge il 16,2% (Istat, 2001b).

Sempre nel 1999, le aziende condotte dalle donne detengono 3.265 mila ettari di superficie totale (ST), con un incremento rispetto al 1990, pari al 5,2%. Nello stesso periodo, le unità gestite dagli uomini riducono la loro ST a 16.899 mila ettari, con una diminuzione dell'8,0% (Istat, 2001b).

Una analisi più approfondita, eseguita sui dati relativi agli anni 1995-1997, mostra come, complessivamente, le aziende dirette dalle donne migliorino anche qualitativamente le proprie posizioni; infatti, al calo delle piccolissime unità corrisponde un forte incremento, sia numerico che di superficie, di quelle comprese fra i 2 ed i 20 ettari di ST, mentre la leggera perdita di consistenza e superficie delle unità comprese fra i 20 e 50 ettari è compensata dall'analogo incremento di quelle con oltre 50 ettari di ST (Adua, 1999b).

Continuando l'esame dei dati relativi agli anni '90, si evince come si incrementi la percentuale delle aziende femminili a conduzione diretta con sola o con prevalente manodopera familiare. Tale segmento raggiunge nel 1999 il 90,6% del collettivo gestito dalle donne a scapito di tutte le altre forme di conduzione. Nel comparto zootecnico caratterizzato da consistenti flessioni, le aziende femminili si riducono in misura più contenuta di quelle maschili. Infatti, nel periodo considerato, a fronte dell'enorme calo degli allevamenti maschili, pari a 232 mila unità, quelli femminili si

² Il campo di osservazione, è costituito dalle aziende con superficie agricola utilizzata (SAU) uguale o superiore ad un ettaro, o con SAU inferiore ad un ettaro, ma con valore della produzione commercializzata nell'annata agraria 1998-1999 di almeno 3,5 milioni di lire e infine dalle aziende esclusivamente zootecniche e forestali-zootecniche. Sono escluse dal campo di osservazione oltre alle piccole aziende anche quelle esclusivamente forestali.

contraggono di sole 12 mila unità. Viceversa, l'aumento del numero medio di capi si verifica maggiormente negli allevamenti gestiti dagli uomini, che permangono di dimensioni notevolmente superiori rispetto a quelle degli allevamenti condotti dalle donne.

Fra il 1990 ed il 1999, la riduzione delle aziende, l'evoluzione tecnologica ed un diverso impiego dei mezzi di produzione determinano una riduzione di 18,6 milioni di giornate di lavoro. Ciò nonostante, le aziende a conduzione femminile aumentano di ben 10,2 milioni le giornate di lavoro complessivamente impiegate nelle loro unità produttive. Nel 1999, le aziende femminili impiegano mediamente 135,9 giornate di lavoro contro le 206,2 utilizzate nelle unità maschili.

Esaminando i dati per sesso e titolo di studio del capo azienda, si evince come il titolo di studio degli agricoltori italiani permanga generalmente basso. Quantunque non ci siano rilevanti differenze di genere in relazione al titolo di studio, le donne presentano un livello di istruzione più basso rispetto a quello conseguito dagli uomini (Adua, 2002a).

Analizzando il RLS³ (Reddito lordo standard) per tipo di OTE⁴ (Orientamento tecnico economico) è interessante notare come la percentuale delle aziende agricole specializzate, rispetto a quelle miste, aumenti maggiormente nel collettivo femminile che in quello maschile. Il RLS delle aziende femminili si riduce in quelle piccole (con

³ Il Reddito lordo standard (RLS) rappresenta la differenza fra il valore standard della produzione e l'importo standard di alcuni costi specifici; tale differenza viene determinata per ogni singola specializzazione vegetale ed animale in ciascuna regione. L' RLS totale corrisponde alla somma dei valori ottenuti per ogni specializzazione moltiplicando il reddito lordo standard unitario per il numero di unità rispettive. (*Decisione 85/377/CE della Commissione della Comunità Europea*)

⁴ L'Orientamento tecnico-economico (OTE), è determinato sulla base dell'incidenza percentuale dei singoli Redditi Lordi Standard (RLS) delle diverse attività produttive aziendali (coltivazioni ed allevamenti) rispetto al complessivo Reddito Lordo Standard aziendale ottenuto per somma dei singoli valori. (*Decisione 85/377/CE della Commissione della Comunità Europea*)

meno di 2 Unità di dimensione economica ⁵) mentre aumenta nelle unità medie (con 6 - 16 UDE) e grandi (con 16 UDE ed oltre). Complessivamente, mentre il RLS delle aziende maschili cala di 0,9 milioni di UDE quello delle unità femminili si incrementa di 0,3 milioni di UDE; tale aumento risulta conseguito quasi totalmente dalle sole aziende specializzate.

3. *L'agricoltura montana*

La montagna presenta caratteristiche peculiari e spesso uniche rispetto ad altri ambienti climatici ed a differenti aree territoriali ⁶. Il progressivo spopolamento e la conseguente diminuzione di servizi pubblici e sociali fruibili hanno reso obiettivamente più difficili le condizioni di vita, di socialità e di lavoro di chi ha mantenuto la propria dimora abituale in montagna (Adua, 2002b).

Il territorio è diventato più impervio e meno presidiato dall'uomo che ha spesso abbandonato paesi e borghi, campi, pascoli e boschi con conseguente deterioramento delle coltivazioni, dei prati, del governo forestale, della viabilità, della difesa idrogeologica, della prevenzione degli incendi e del patrimonio edile e socio-culturale.

Inoltre, gli agricoltori che sono rimasti in montagna hanno spesso diminuito il numero complessivo di giornate di lavoro dedicate all'azienda svolgendo solo quelle operazioni culturali ritenute indispensabili per il mantenimento di un reddito minimo.

⁵ L'Unità di dimensione economica (UDE) rappresenta l'unità di base per il calcolo della Dimensione Economica aziendale (DE). (*Decisione 85/377/CE della Commissione della Comunità Europea*)

⁶ La montagna comprende il territorio caratterizzato dalla presenza di notevoli masse rilevate aventi altitudini, di norma, non inferiori a 600 metri nell'Italia settentrionale e 700 metri nell'Italia centro-meridionale e insulare. Gli anzidetti livelli altitudinali sono suscettibili di spostamento in relazione ai limiti inferiori delle zone fitogeografiche dell'Alpinetum, del Picetum e del Fagetum, nonché in relazione ai limiti superiori delle aree di coltura in massa della vite nell'Italia settentrionale e dell'olivo nell'Italia centro-meridionale e insulare. Le aree intercluse fra le masse rilevate, costituite da valli, altopiani ed analoghe configurazioni del suolo, si intendono comprese nella zona di montagna.

Il caso del castagno è eclatante: da pianta simbolo di ampie regioni montane si è spesso ridotto a bosco semi abbandonato ove vengono eseguite solo la pulizia del sottobosco e la raccolta dei frutti, con conseguente deterioramento dello stato vegetativo e delle potenzialità produttive dei castagneti (Adua, 2000).

Attualmente, in una fase di rivisitazione e rivalutazione della vita di montagna, acquisiscono un diverso valore e spessore anche il tipo di agricoltura ivi praticata nonché le condizioni socio-rurali in cui le famiglie e le aziende operano. La programmazione di nuovi interventi a favore della montagna non può prescindere da un esame obiettivo delle condizioni socio-rurali delle aziende agricole, ed in particolare di quelle condotte dalle donne che, spesso, risultano essere le figure sociali ed imprenditoriali più radicate alla terra e più interessate ad avere servizi e possibilità consone ad uno sviluppo armonico e ad adeguate condizioni di vita per loro e, ancor più, per i propri figli.

Il contributo della statistica agricola ed una corretta interpretazione dei dati rilevati sono alla base di adeguate politiche economiche e culturali a favore delle comunità montane.

4. Donne di montagna

4.1. Le aziende agricole montane

Nell'esame delle aziende agricole montane si è tenuto conto della tipicità dell'ambiente e delle ridotte dimensioni aziendali; pertanto il campo di osservazione considerato comprende anche le piccole aziende, cioè quelle con meno di un ettaro di SAU o con un valore della produzione commercializzata nell'annata agraria 1998-'99 inferiore a 3,5 milioni di lire; non sono considerate solo le aziende esclusivamente forestali in quanto non rilevate dall'Indagine sulla struttura e produzione delle aziende agricole.

Complessivamente, nei comuni montani sono presenti 473 mila aziende con una superficie totale ed agricola utilizzata rispettivamente pari a 5,8 ed a 3,4 milioni di ettari. L'83,3% delle aziende lavora esclusivamente su terreni di proprietà; la gestione

mediante conduzione diretta del conduttore-persona fisica comprende il 97,9% delle unità. La vendita dei prodotti aziendali riguarda l'85,1% delle unità produttive, ma solo il 10,2% commercializza per un valore annuo di almeno 20 milioni di lire.

Le aziende montane coltivano 1,0 , 0,3 e 2,0 milioni di ettari, rispettivamente di seminativi, coltivazioni legnose e boschi, e gestiscono 210 mila allevamenti con una consistenza di 1,3 milioni di bovini, 2,8 milioni di ovini, 0,7 milioni di suini e 0,6 milioni di caprini.

4.2. Le aziende gestite dalle donne

Le donne, sia come conduttrici che come capi azienda dipendenti da società ed enti pubblici, gestiscono complessivamente 137 mila unità produttive con una superficie totale e agricola utilizzata pari rispettivamente a 0,9 e 0,6 milioni di ettari.

L'83,5% delle aziende femminili opera solamente su terreni di proprietà; la conduzione diretta del conduttore-persona fisica, riguarda il 97,0% delle aziende. L'85,3% delle unità vende prodotti agricoli, ma appena il 5,5% commercializza per un valore annuo di almeno 20 milioni di lire.

Le aziende gestite dalle donne controllano direttamente 0,2 , 0,1 e 0,2 milioni di ettari rispettivamente di seminativi, coltivazioni legnose e boschi. Gli allevamenti sono 57 mila e comprendono 0,2 milioni di bovini, 0,3 milioni di ovini, 0,1 milioni di caprini e 0,1 milioni di suini.

4.3. La presenza femminile

Attorno alle aziende agricole montane (esclusi gli operai a tempo indeterminato e quelli a tempo determinato) gravitano 1.148 mila persone, di cui 518 mila donne (45,1%). Le conduttrici risultano 137 mila ed i conduttori 334 mila (Prospetto 1); pertanto, le donne costituiscono il 29,1% dell'imprenditoria agricola montana (2,5 punti percentuali in più rispetto alla corrispondente media nazionale).

A fronte dei 67 mila coniugi uomini, le coniugi donna sono 218 mila (il 76,6% del totale, mentre a livello nazionale raggiungono il 79,4%). Conduttrici e mogli dei

conduttori costituiscono le due categorie più numerose della variegata e consistente presenza femminile; inoltre, tra i familiari e parenti del conduttore che lavorano in azienda e tra i familiari che non lavorano in azienda si riscontrano, rispettivamente, altre 70 e 93 mila donne.

Analizzando i dati per classe di età, si evidenzia come l'età media delle conduttrici e delle coniugi sia alquanto elevata, mentre quella delle familiari che lavorano in aziende (potenziali continuatrici della gestione aziendale) è molto più bassa. Infatti, la classe di età con 60 anni ed oltre comprende il 49,5% delle conduttrici ed il 45,4% delle coniugi a fronte del 21,5% delle familiari coadiuvanti che collaborano nell'attività aziendale.

Il legame e la dipendenza con l'azienda sono evidenziati anche dal fatto che ben il 77,4% delle donne componenti la famiglia e parenti del conduttore non svolge alcuna attività remunerativa extraaziendale. Le donne (conduttrici, familiari del conduttore e parenti che lavorano in azienda) gravitano spesso intorno ad unità produttive di ridotte dimensioni economiche: 284 mila (55,2%) fanno capo ad aziende con meno di 2 UDE e solo 50 mila (9,7%) ad unità con oltre 12 UDE.

Il confronto con il collettivo maschile evidenzia come pure per gli uomini la situazione non sia rosea, anche se più positiva rispetto a quella riscontrata per le donne. Infatti, l'età media degli uomini è più bassa e solo il 59,0% di essi non svolge alcuna attività remunerativa extraaziendale; non dissimile è invece la situazione rispetto alle dimensioni delle aziende che evidenzia come i maschi, che fanno riferimento ad aziende con meno di 2 UDE, rappresentino il 53,8%.

In sintesi, fra tutti coloro che gravitano intorno all'agricoltura montana solo 1 donna su 4 risulta conduttrice, mentre fra gli uomini la percentuale sale a 1 su 2. In compenso le donne svolgono più funzioni e pertanto incarnano meglio le condizioni socio-economiche e demografico-culturali della montagna; ciò va tenuto presente sia nell'analisi delle caratteristiche socio-rurali che nei programmi di sviluppo delle comunità montane.

5. Le caratteristiche socio-rurali delle conduttrici

Il conduttore è il responsabile giuridico ed economico dell'azienda e può essere sia una persona fisica che una società od ente pubblico. Nel successivo esame delle caratteristiche socio-rurali delle conduttrici sono considerate le variabili qualitative e quantitative riferite alle persone fisiche, uomini e donne, che peraltro gestiscono la quasi totalità delle aziende agricole montane; sono pertanto escluse le aziende condotte da società ed enti pubblici.

L'analisi delle caratteristiche socio-rurali rilevate con l'Indagine sulla struttura e produzione delle aziende agricole relativa al 1999 consente di delineare un quadro abbastanza nitido ed aggiornato di una realtà non facile ma fondamentale per un armonico sviluppo socio-economico e demografico-ambientale della montagna e del Paese (Istat, 2002).

5.1. Età, reddito e condizione professionale

L'età delle conduttrici è alquanto elevata (Prospetto 1). Infatti il 49,5% ha 60 anni ed oltre, mentre solo l'8,8% ne ha meno di 40; il restante 41,7% risulta avere una età compresa fra 40 e 59 anni.

Inserire Prospetto 1

Ben 108 mila conduttrici (78,9%) non svolgono alcuna attività remunerativa extraziendale; tale circostanza accentua fortemente il legame con le aziende e la terra.

Le donne gestiscono normalmente realtà produttive di piccole dimensioni; il 63,9% di esse opera in aziende con meno di 2 UDE mentre solo il 12,3% conduce unità produttive con 6 UDE ed oltre.

La situazione dei conduttori uomini appare in parte migliore: ma le difficoltà tipiche dell'agricoltura montana incidono pesantemente anche su di loro.

L'esame della condizione professionale delle conduttrici (Prospetto 2) evidenzia come solo 68 mila donne (49,9%) risultino occupate, mentre 38 mila (27,6%) sono inabili o ritirate dal lavoro ed altre 18 mila (13,4%) casalinghe.

Inserire Prospetto 2

Assai interessante è l'esame della fonte di reddito principale delle conduttrici (Prospetto 3) che per il 32,2% di esse è costituita dall'attività aziendale, mentre per il 43,2% è rappresentata dalla pensione. È importante rilevare come l'11,6% delle donne risulti mantenuto dai familiari; solo per il 10,4%, la fonte di reddito principale è extraaziendale. I conduttori uomini fanno più affidamento sull'attività extraaziendale (23,6%) e sulla pensione (45,4%) e meno sul mantenimento da parte dei familiari (4,9%); solo nel 25,2% dei casi conseguono dalla gestione aziendale la quota principale del reddito.

Inserire Prospetto 3

Il ricavato dell'attività aziendale costituisce per ben il 67,8% delle conduttrici solo una integrazione al reddito globale percepito normalmente. Appare evidente come l'attività agricola, così come viene normalmente esercitata in montagna, non sia sufficiente a garantire da sola un adeguato sostentamento alla famiglia del conduttore.

5.2. Dimora abituale e lavoro domestico

Circa la metà delle conduttrici (49,8%) ha stabilito la propria dimora abituale nell'azienda agricola; complessivamente il 95,1% abita normalmente nel comune montano in cui ricade il centro aziendale, solo il 4,9% ha fissato la propria dimora abituale in un altro comune (Prospetto 4).

Inserire Prospetto 4

La caratteristica di una così forte e costante presenza nell'azienda ed in montagna riguarda anche i conduttori uomini e costituisce una importante garanzia per la continuità e la capillare presenza delle aziende e delle persone sul territorio a difesa dell'ambiente ed a salvaguardia delle condizioni idrogeologiche, di viabilità e governo dei boschi, di conservazione del patrimonio abitativo e delle tradizioni locali.

La "multifunzionalità" delle conduttrici (lavoratrici agricole, mogli, madri e spesso anche casalinghe) fa sì che ben il 62,6% di esse (a fronte del 31,3% dei conduttori) si impegni, anche nel lavoro domestico (Prospetto 5). L'impegno per la casa appare notevole: il 41,2% delle donne, ultimata l'attività agricola, dedica oltre 2 ore

giornaliere alla cura della propria casa. La doppia fatica delle conduttrici è facilitata solo in parte dall'abitare in azienda o nel comune ove ricade il centro aziendale.

Inserire Prospetto 5

Gli uomini, e non solo in montagna, collaborano molto meno in tale attività; infatti il 5,4% di essi dedica più di 2 ore giornaliere agli impegni domestici, mentre il 68,7% non collabora per niente alla cura della casa.

5.3. Servizi

La disponibilità di adeguati servizi sociali nel comune di dimora abituale rappresenta una delle condizioni basilari per la permanenza dei conduttori e delle loro famiglie in montagna. Da questo punto di vista la situazione del collettivo maschile e di quello femminile è pressoché analoga e talune lievi differenze derivano spesso da situazioni locali non imputabili ai conduttori.

Lo Stato garantisce la disponibilità di scuole per l'istruzione di base al 94,7% delle conduttrici (Prospetto 6). Risulta diffusa anche la presenza di ambulatori medici e farmacie che sono a disposizione del 93,1% delle donne che gestiscono aziende agricole. Altri servizi sono più carenti. Solo il 66,5% delle imprenditrici dispone di servizi sociali per anziani e bambini. Cinema e teatri e biblioteche sono più rarefatte e sono a disposizione rispettivamente del 27,7% e del 58,6% delle conduttrici e delle loro famiglie.

Inserire Prospetto 6

Mantenere i servizi sociali presenti, anche quando non risultano economici e di facile gestione, ed incrementare quelli carenti rappresenta uno strumento forte per incentivare la permanenza in loco specialmente degli anziani e dei bambini.

E' interessante analizzare anche la disponibilità dei servizi generali e di quelli di relazione a disposizione del conduttore all'interno dell'azienda agricola; pure in questo caso uomini e donne appaiono accomunati dalle stesse problematiche.

Per quanto concerne i servizi generali utilizzabili dalle conduttrici, l'acqua corrente e la luce elettrica sono disponibili rispettivamente per il 64,8% ed il 67,3% delle

aziende. L'85,5% delle unità produttive non dispone di gas da rete, l'84,1% è privo del servizio di depurazione delle acque; la raccolta dei rifiuti riguarda meno della metà delle aziende (Prospetto 7).

Inserire Prospetto 7

La disponibilità in azienda dei servizi di relazione verso il mondo esterno è ancora più inadeguata (Prospetto 8); infatti tra le aziende gestite dalle donne solo il 57,1% può disporre di rete telefonica ed il 55,5% del servizio postale, mentre oltre la metà delle unità produttive è priva sia di adeguate vie di accesso (50,6%) che di trasporti pubblici (58,7%).

Inserire Prospetto 8

Le carenze riscontrate sulla disponibilità dei servizi appaiono rilevanti e certamente non facilitano la vita quotidiana dei conduttori nelle aziende né stimolano investimenti per il miglioramento delle strutture produttive.

5.4. Grado di soddisfazione

Conoscere il grado di soddisfazione professionale ed economica dei conduttori è sintomatico rispetto sia all'ambiente in cui vivono e producono che alle possibili innovazioni di prodotto e di processo che l'imprenditoria agricola montana potrebbe recepire ed attuare con interesse.

Il 56,1% delle donne ed il 44,0% degli uomini manifestano un grado di soddisfazione professionale basso (Prospetto 9), mentre coloro che si dichiarano molto soddisfatti sono pochi (solo il 9,1% delle conduttrici ed il 15,7% dei conduttori).

Inserire Prospetto 9

Per quanto riguarda la soddisfazione economica, la situazione riscontrata è ancor più scoraggiante (Prospetto 10); infatti l'80,1% delle donne ed il 73,2% degli uomini sono poco soddisfatti, mentre i conduttori molto soddisfatti costituiscono una sparuta minoranza.

Inserire Prospetto 10

Chi è insoddisfatto lavora male, non investe e non spinge i propri familiari a collaborare ed eventualmente a succedergli nella condizione aziendale.

5.5. Cessazione dell'attività

L'esame dei dati relativi alle imprenditrici di oltre 50 anni sulla probabile data di cessazione dell'attività agricola evidenzia come il 64,6% di esse non sia propenso ad abbandonare l'azienda prima di aver compiuto i 70 anni (Prospetto 11); una discreta parte (30,3%) presume di andare in pensione fra i 60 ed i 69 anni, mentre solo una quota molto limitata, esattamente il 5,1%, prevede di ritirarsi prima dei 60 anni. Rispetto alle donne, gli uomini appaiono ancora più legati alla loro terra e ben il 70,6% pensa di resistere sul campo fino a 70 anni ed oltre. L'abnegazione, perché di questo spesso si tratta, e l'attaccamento alla terra ed alle proprie radici rappresentano valori fondamentali e costanti delle comunità montane che, pur se ridotte numericamente, continuano a vivere, a produrre e, spesso, ad operare in difesa di quelli che risiedono in pianura e nelle città.

Inserire Prospetto 11

Va segnalato anche come al crescere della superficie agricola utilizzata dell'azienda, e quindi del carico di lavoro e responsabilità, generalmente aumenti, sia tra gli uomini che tra le donne, la propensione a prevedere di ritirarsi dall'attività agricola prima di aver compiuto i 70 anni.

Per quanto riguarda le condizioni poste dai conduttori per la cessazione dell'attività (Prospetto 12), si osservano rilevanti analogie tra uomini e donne. Fra le conduttrici, il 37,3% prevede di cedere senza particolari condizioni l'azienda ad altre persone non familiari; il 62,7% che ritiene di lasciare ad un componente giovane tra i suoi familiari e parenti è costituito da un 46,7% che non pone alcuna limitazione, mentre il restante 16,0% è disposto a lasciare solo a particolari condizioni: incentivi finanziari (4,8%), sgravi fiscali (4,0%), incentivi per lo sviluppo dell'azienda (4,7%) ed altri benefici (2,5%).

Inserire Prospetto 1 2

Il turnover dei conduttori è un fattore importante dell'evoluzione strutturale dell'azienda; ciò è ancor più vero in montagna ove, spesso, accanto alla fedeltà degli anziani non risultano sufficientemente in essere le condizioni necessarie a promuovere un ricambio generazionale che offra prospettive professionali ed economiche attrattive e significative per i giovani.

5.6. Corsi professionali

La frequenza di corsi professionali, appositamente organizzati dagli enti locali e dalle organizzazioni professionali di categoria, è un modo sia per valutare la propensione all'innovazione ed allo sviluppo aziendale dei conduttori che per esaminare la possibilità di miglioramento formativo offerta agli imprenditori agricoli.

Purtroppo, fra i conduttori solo 5 mila donne su 137 mila e 25 mila uomini su 337 mila hanno frequentato corsi di aggiornamento professionali negli ultimi 5 anni (Prospetto 13). La scarsa partecipazione è di per sé un indice importante, per quanto negativo, sia sulla domanda che sull'offerta di aggiornamento professionale.

Inserire Prospetto 1 3

I corsi più frequentati sono risultati quelli sulle nuove tecniche produttive (3 mila partecipanti) e quelli sugli aspetti economico-gestionali (2 mila partecipanti). Assai meno interesse hanno conseguito i corsi su: politiche comunitarie, aspetti ambientali e agricoltura biologica. I corsi di marketing hanno riguardato solo 219 donne (di cui 193 con una età inferiore ai 40 anni) e quelli di infortunistica 151 persone.

5.7 - Incidenti e malattie professionali

Gli incidenti e le malattie professionali riscontrate fra i conduttori generalmente aumentano con l'avanzare dell'età e diminuiscono con il crescere delle dimensioni aziendali. L'incidenza degli eventi negativi esaminati risulta inferiore per le donne (1,3%) rispetto a quella riscontrata per gli uomini (1,7%) (Prospetto 14). Comunque l'incidenza di incidenti e malattie professionali fra le conduttrici è superiore in

montagna dello 0,2% rispetto all'analoga media nazionale relativa all'intera collettività delle conduttrici italiane.

Inserire Prospetto 14

Fra le donne, l'incidenza presenta sia un picco (2,0%) per le conduttrici con 60 anni ed oltre che una punta massima, pari al 3,0%, per le donne che gestiscono aziende con un'estensione compresa fra 2-3 ettari di SAU.

La riduzione e l'invecchiamento della popolazione agricola rappresentano delle concause aggiuntive nella crescita degli incidenti e delle malattie professionali che necessita di maggiore attenzione da parte dei conduttori e delle competenti autorità.

6. Conclusioni

L'evoluzione verificatasi durante gli anni '90 evidenzia l'inizio di una nuova fase: le donne che decidono di impegnarsi in agricoltura innovano le proprie aziende, avviando un lento processo di ristrutturazione, riconversione e specializzazione che le porta a migliorare le proprie posizioni sia in valore assoluto che in relazione al collettivo maschile.

La competizione con gli uomini, la presenza attiva sul mercato agroalimentare, la riduzione dei costi, l'accesso al credito e all'utilizzo dei terreni, una maggiore professionalità e specializzazione sono taluni dei fronti principali in cui le imprenditrici agricole si giocano il loro futuro.

Va sottolineato che l'esistenza di 596 mila aziende gestite dalle donne coinvolge circa un milione e mezzo di persone e rappresenta una realtà, per quanto minoritaria, rilevante, significativa ed inoltre capillarmente diffusa.

L'evoluzione in corso denota come l'azione delle imprenditrici possa svilupparsi non solo nelle produzioni tradizionali e nelle coltivazioni ed allevamenti intensivi ma anche ulteriormente nel settore dell'agriturismo e della trasformazione aziendale, nel campo delle produzioni di qualità.

L'agricoltura, più di altri settori economici, consente spesso alle donne di pianificare in maniera più conveniente la propria vita familiare e personale rispetto al

tempo dedicato giornalmente al lavoro, specialmente quando hanno figli e vivono nelle vicinanze dell'azienda; tale indicazione è da tenere nel debito conto specie nella dotazione e dislocazione di servizi assistenziali, sociali e culturali nelle aree rurali.

L'esame dei dati mette in rilievo che la presenza delle donne, ed in particolare delle imprenditrici, nel tessuto agricolo nazionale e la loro capillare ed omogenea distribuzione su tutto il territorio, rappresentano un elemento fondamentale di rinnovamento ed equilibrio nella vita socio-economica e culturale del Paese.

La statistica ufficiale, adeguatamente stimolata e coinvolta dagli operatori del settore e dai decisori pubblici, può e deve utilmente svolgere un ruolo scientifico importante nell'aggiornamento delle informazioni e nel mettere sempre più a fuoco l'evoluzione della presenza femminile nelle campagne.

La montagna presenta da sempre condizioni di vita e di lavoro meno facili rispetto sia alla collina che alla pianura. L'agricoltura montana, quasi sempre poco redditizia, faticosa e scarsamente incentivata, si va rivolgendo con più decisione verso le produzioni di qualità (biologiche integrate, tipiche, certificate, ecc.), l'agriturismo, la trasformazione agroalimentare, la manutenzione del paesaggio, la difesa del territorio, la salvaguardia delle biodiversità e la ristrutturazione dei boschi.

In tale contesto si comprende facilmente come la presenza delle donne, in particolare quella delle imprenditrici agricole, sia difficile ma determinante per un armonico sviluppo della montagna e del Paese.

Il confronto con l'analogo collettivo maschile mostra come le condizioni di vita e di lavoro delle donne risultino più difficili di quelle riscontrate per gli uomini.

L'esame delle caratteristiche socio-rurali delle conduttrici raffigura un quadro complesso, pieno di ombre e di luci.

Le imprenditrici agricole hanno un'età elevata (il 49,5% ha 60 anni ed oltre) e gestiscono generalmente aziende di piccole dimensioni (il 63,9% conduce unità con meno di 2 UDE) e solo nel 5,5% dei casi commercializzano prodotti agricoli per un valore annuo di almeno 20 milioni di lire.

Solo il 49,9% delle conduttrici risulta occupato; l'altra metà è costituita da

casalinghe, inabili e ritirate dal lavoro e da donne in altra condizione.

Per il 67,8% delle imprenditrici l'attività agricola aziendale costituisce solo una integrazione alla fonte principale di reddito; il grado di soddisfazione economica e professionale risulta generalmente basso.

Le donne, al pari degli uomini, sono molto legate alla terra e alle proprie radici; infatti il 95,1% di esse ha stabilito la propria dimora abituale nell'azienda o comunque nel comune in cui ricade il centro aziendale.

Le donne non lavorano solo in azienda: il 41,2% delle conduttrici dedica oltre due ore giornaliere agli impegni domestici, fanno altrettanto solo il 5,4% degli uomini.

I servizi sociali a disposizione delle conduttrici, così come per i conduttori, sono solo in parte capillarmente diffusi sul territorio. Mentre pare buona la possibilità di utilizzare scuole per l'istruzione di base, ambulatori medici e farmacie, impianti sportivi, circoli ricreativi e sociali, risulta più scarsa la disponibilità di servizi per anziani e bambini, cinema, teatri e biblioteche.

I servizi generali (acqua corrente, elettricità, gas di rete, raccolta dei rifiuti e depurazione delle acque) così come quelli di relazione (rete telefonica, vie di accesso, trasporti pubblici e servizio postale) disponibili all'interno dell'azienda sono generalmente insufficienti.

Nonostante tutto le donne e gli uomini sono molto fedeli alla loro missione aziendale: ben il 64,6% delle conduttrici ed il 70,6% dei conduttori prevede di resistere in azienda almeno fino a 70 anni di età.

La presenza di 518 mila "montanare" strettamente coinvolte nelle famiglie e aziende agricole è un dato rilevante che, unitamente alle sua capillare diffusione territoriale, merita attenzione: migliorando la vivibilità e la socialità non solo si inverte la tendenza allo spopolamento, bensì, per chi resta, aumenta la motivazione ad impegnarsi maggiormente in tutti i campi, con un conseguente innalzamento del grado di soddisfazione che viene, per così dire, trasmesso anche ai propri figli e nell'ambiente circostante.

E' innegabile che i diversi ruoli sociali delle donne (conduttrici, lavoratrici

agricole, mogli, madri e anche casalinghe) fa avvertire loro con maggior sensibilità sia il senso dell'attaccamento alla terra che la necessità di poter disporre di redditi e servizi adeguati per decidere se restare in montagna e se farvi crescere i loro figli.

In conclusione, si ritiene che la maggioranza delle donne desideri ancora lottare per restare in montagna; ma le difficoltà sono notevoli e superiori a quelle incontrate dagli uomini: spetta allo Stato, alle Amministrazioni locali e all'intera società valorizzare con interventi concreti il ruolo non solo agricolo ed economico ma anche sociale, culturale, di presidio del territorio e di difesa dell'ambiente che le donne, insieme con gli uomini, svolgono in montagna.

Riferimenti bibliografici

Adua M. (1998), "L'evoluzione dei consumi alimentari con particolare riferimento alla diffusione delle produzioni di qualità", *Quaderni di Ricerca* 3/1998, 53-112.

Adua M. (1999a), "Agricoltura al femminile: le aziende delle donne imprenditrici", *Rivista di Statistica ufficiale n. 2 /1999*, 121-164.

Adua M. (a cura di) (1999b), "*Struttura e produzioni delle aziende agricole a conduzione femminile - Anno 1997*", *Informazioni n. 28* - Istat, Roma.

Adua M. (2000), "*Il castagno: un albero da riscoprire*", Grafiche Abramo - Catanzaro.

Adua M. (2002a), "La presenza delle imprenditrici agricole durante gli anni '90" - Relazione svolta al Convegno "*Donne in campo: una bella impresa*", Roma 11/2/2002.

Adua M. (2002b), "La montagna" in *Aspetti socio-rurali in agricoltura - Anno 1999* - (in corso di pubblicazione) - Istat, Roma

Autori vari (2000)- Atti del seminario "*Il percorso delle donne in agricoltura: dalla terra all'impresa*" Roma 28/9/1999 - Istat, Roma.

Istat (2001a) "Struttura e produzione delle aziende agricole a conduzione femminile - Anno 1998", *Statistiche in breve* - Istat, Roma.

Istat (2001b) "*Struttura e produzione delle aziende agricole - Anno 1999*",

Informazioni n. 41 - Istat, Roma.

Istat (2002) "Aspetti socio-rurali in agricoltura - Anno 1999"; *Statistiche in breve* -

Istat, Roma.

Sommario

Lo studio esamina le caratteristiche agricole e socio-rurali delle aziende agricole montane gestite dalle donne confrontandole con le analoghe informazioni relative al collettivo maschile. L'analisi si basa sui risultati di una apposita elaborazione per genere delle informazioni sui conduttori montani rilevate nell'ambito dell'indagine sulla struttura e produzione delle aziende agricole relative al 1999.

Lo studio configura un quadro complesso, pieno di ombre e luci sulla presenza, attività ed aspettative dei conduttori montani. Quantunque la situazione delle donne sia più difficile rispetto a quella riscontrata per gli uomini, la maggioranza di esse desidera restare in montagna e continuare a svolgere il lavoro agricolo.

Spetta allo Stato, alle Amministrazioni locali e all'intera società valorizzare, con interventi adeguati, il ruolo non solo agricolo ed economico ma anche sociale, culturale, di presidio del territorio e di difesa dell'ambiente che le donne, insieme con gli uomini, svolgono in montagna.

Abstract

The aim of this paper is to investigate the agricultural and social-rural characteristics of mountain-farms conducted by women: and to make a comparing with similar farms conducted by male.

The analysis is based on results of a particular elaboration made, by sex, on the mountain-farm's head information collected in 1999 "Farm structure survey".

The study shows shades and lights of the presence, activity and expectations of the mountain holders. Although the situation of the women is more complicate comparing to male, the majority of them desires to live in mountain and work in agriculture.

The State, the local Administrations and the society as a whole have an important role to enhance, with interventions, not just the agriculture and its economic role, but also to support women, together with the men, in their social activity, cultural life and the environmental protection.