



Marchio collettivo territoriale Biologico Mugello

(bio_mu) misura 16.2





04899005
8372

MUGELLO BIOLOGIC
MBio
Agricoltori in Toscana

Marchio collettivo territoriale Biologico Mugello

(bio_mu) misura 16.2



Sommario del Progetto

Titolo progetto PIF di riferimento

BIOLOGICO MUGELLO –

Titolo e acronimo progetto sottomisura 16.2

MARCHIO COLLETTIVO TERRITORIALE BIOLOGICO MUGELLO – BIO_MU

Filiera/Settore di riferimento prevalente:

MULTIFILIERA

Priorità e Focus area prevalente:

(3) Promuovere l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo
(3.a) Migliore integrazione dei produttori primari nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, la promozione dei prodotti nei mercati locali, le filiere corte, le associazioni di produttori e le organizzazioni interprofessionali

Forma di aggregazione del partenariato:

ATS

Denominazione del soggetto responsabile del progetto di cooperazione:

COOPERATIVA AGRIAMBIENTE MUGELLO SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA

Azioni

Di seguito si riportano schematicamente le azioni del Progetto:

Gestione del Progetto

- 1 Creazione ATS
- 2 Coordinamento dei partner
- 3 Coordinamento scientifico

Stato dell'arte e raccolta banche dati

- 4 Analisi delle caratteristiche imprenditoriali, produttive e ambientali del Mugello:
- 5 Analisi della normativa di riferimento
- 6 Raccolta banche dati a livello territoriale
- 7 Raccolta banche dati filiera latte
- 8 Raccolta banche dati filiera carne
- 9 Raccolta banche dati filiera farro

Analisi delle filiere biologiche del Mugello: l'offerta

- 10 Elaborazione banche dati e analisi SWOT delle filiere biologiche del Mugello
- 11 I costi di produzione dei prodotti biologici del Mugello
- 12 Stima quantitativa della produzioni biologiche del Mugello
- 13 Studio pilota per la certificazione delle sementi di farro
- 14 Analisi di laboratorio sulle sementi di farro

Analisi delle filiere biologiche del Mugello: la domanda

- 15 I consumi dei prodotti biologici
- 16 Analisi delle preferenze del consumatore di prodotti biologici

Sviluppo del Marchio Territoriale Collettivo Biologico Mugello

- 17 Analisi disciplinari di gestione dei Marchi Territoriali Collettivi esistenti
- 18 Stesura del regolamento e normativa di gestione del Marchio Collettivo Territoriale
- 19 Individuazione Logo del Marchio Territoriale
- 20 Acquisto beni di consumo per la gestione del Marchio Collettivo Territoriale
- 21 Identificazione di strategie innovative di Marketing e commercializzazione, business plan e sostenibilità economica



Diffusione risultati e trasferibilità innovazione

- 22 Organizzazione evento di due eventi, di presentazione e stato avanzamento del progetto
- 23 Organizzazione eventi paralleli di diffusione innovazione per filiera latte biologico
- 24 Organizzazione eventi paralleli di diffusione innovazione per filiera carne biologica
- 25 Organizzazione eventi paralleli di diffusione innovazione per filiera farro biologico
- 26 Produzione materiale divulgativo della innovazione proposta
- 27 Produzione materiale scientifico e report finale
- 28 Presentazione del Marchio Territoriale Collettivo Biologico Mugello: evento, sito Web e sviluppo applicazioni smartphone
- 29 Convegno finale di chiusura del progetto con diffusione dei risultati ottenuti e sulle modalità di trasferimento degli stessi in altri contesti territoriali

Risultati e ricadute economiche e ambientali:

In modo molto schematico è possibile elencare i seguenti risultati che si otterranno con la creazione e lo sviluppo del Marchio Territoriale Collettivo Biologico Mugello:

- Creazione della multi-filiera biologica del Mugello
- Rafforzamento delle filiere dei prodotti biologici esistenti del Mugello
- Valorizzazione della qualità della produzione in chiave sostenibile
- Sviluppo di una nuova forma innovativa di valorizzazione delle filiere basata sulla cooperazione tra produttori biologici
- Aumento della competitività delle filiere biologiche e del sistema territoriale Mugello
- Incremento della sicurezza alimentare dei prodotti tipici locali
- Aumento della coesione territoriale, delle conoscenze e dello scambio di informazione
- Rafforzamento e valorizzazione dell'immagine del Mugello quale areale in cui si producono alimenti di alta qualità e tipicità

Principali ricadute economiche:

Incremento della sostenibilità economica del settore primario, sviluppo e rafforzamento della multifiliera dei prodotti agroalimentari biologici del Mugello, innesco di un modello di sviluppo rurale sostenibile che faccia da volano per il territorio, maggiore visibilità e valorizzazione dell'immagine del Mugello come distretto produttivo dell'agroalimentare di qualità e tipico.

Principali ricadute ambientali:

Sviluppo e rafforzamento di un modello produttivo basato sulle pratiche biologiche: incremento della sostenibilità ambientale e sociale dell'intero assetto territoriale del Mugello, uso più efficiente delle risorse endogene.



Costo complessivo del progetto sottomisura 16.2: 322.750 €
Contributo richiesto (valore assoluto) sottomisura 16.2 : 290.475 €

Stato dell'arte
della ricerca
a supporto
dell'innovazione
proposta
per il settore



La crisi economica e finanziaria degli ultimi anni ha prodotto effetti negativi nei vari settori economici tra cui anche quello agro-alimentare dove, per la prima volta, si è registrata una riduzione dei consumi (*Andreyeva et al., 2010; Casini et al., 2014; Eurostat, 2014; Lombardi and Verneau, 2013; Pozzolo, 2011; Samoggia et al., 2014*).

Tuttavia, un'analisi più dettagliata e specifica dei comportamenti di acquisto evidenzia un crescente segmento di consumatori le cui scelte sono determinate da valori ambientali, etici e morali. Questo segmento risulta particolarmente attento alle caratteristiche qualitative degli alimenti, come i valori territoriali, le questioni ambientali, salutistiche e di sostenibilità (*Grunert, 2005; Casini 2015; Sirò et al., 2008; Meas et al., 2014*).

Un esempio significativo di queste diverse tendenze di consumo alimentare è rappresentato dall'aumento della domanda di prodotti tipici e biologici, a fronte di un generale decremento della spesa alimentare, con la ricerca di prodotti a prezzi sempre più bassi (*Cottingham, 2014; Gracia, 2013; Sahota, 2010*).

Dal lato dell'offerta, si assiste ad un orientamento generale verso la ricerca di produzioni di massa indirizzate al contenimento dei costi, in cui si privilegiano le economie di scala, perdendo però il contatto diretto con l'agricoltore e molti di quei principi alla base del concetto di agricoltura sostenibile. La presenza di una domanda attenta alle qualità dei prodotti e ai loro riflessi sulla salute apre, però, anche altri scenari per aziende indirizzate a produzioni biologiche, sostenibili, legate al territorio, di alta qualità e tipicità.

Vari studi evidenziano l'interesse di consistenti segmenti di mercato per prodotti con elevate caratteristiche qualitative in termini di gusto superiore, salubrità e freschezza, oppure con forti legami territoriali, in termini di sostenibilità ambientale, supporto alle economie locali e responsabilità sociale (*Aertsens et al., 2011; Darby et al., 2008; Frash et al., 2015; Marianet al., 2014; Martinez et al., 2010*).

Tra i principali strumenti che ad oggi esistono per tutelare, valorizzare e differenziare le produzioni agro-alimentari vi sono le certificazioni di origine e di qualità regolamentate dell'Unione Europea. Le certificazioni europee, garantendo l'identità del prodotto, rappresentano non solo un mezzo per qualificare gli alimenti ma anche uno strumento di comunicazione e informazione. Vari studi dimostrano come esiste una preferenza dei consumatori per prodotti certificati, attribuendo ad essi maggiori livelli di garanzia sia in termini di qualità sia di sicurezza alimentare, che si traduce in maggiori disponibilità a pagare (*Krystallis e Chryssohoidis, 2005; Tranteret al., 2009; Zanolli et al., 2012 Belletti e Marescotti, 2007*).

Non sempre però questa tipologia di certificazione risulta in grado di valorizzare in modo soddisfacente le produzioni locali di maggiore qualità.

L'esistenza di disciplinari che impongono limiti e prescrivono l'applicazione di determinate tecniche produttive e la presenza di costi di transazione determinano inevitabilmente un aumento del costo dei prodotti certificati.

La possibilità di tradurre questi maggiori costi in prezzi remunerativi dipende da varie condizioni che non sempre risultano verificate, specialmente per le certificazioni di origine. Per queste ultime infatti, molto spesso, il loro effetto di tutela del consumatore è inficiato dalla loro eccessiva estensione territoriale con disomogeneità nelle produzioni, e/o disciplinari non sufficientemente vincolanti o controllabili. La letteratura evidenzia fra i principali fattori che ne frenano il successo, anzitutto il prezzo, seguito dalla bassa fiducia verso la certificazione, la scarsa applicazione di adeguate strategie commerciali e di marketing, l'inefficiente struttura della filiera, la debolezza contrattuale dell'offerta di prodotti certificati, il basso grado di penetrazione sul mercato (*Aertsens, et al., 2009; Hugnner et al., 2007; Scozzafava et al. 2016; Van Loo, et al., 2010*).

Alla luce di questi elementi le attuali certificazioni europee non sempre possono costituire lo strumento più efficiente per valorizzare le produzioni agricole di maggiore qualità e valore sociale.

In questa ottica, si sta assistendo sempre più alla nascita di iniziative che prevedono la creazione di sistemi innovativi di aggregazione partecipata dei produttori. In particolare si stanno proponendo soluzioni integrate, sia a livello territoriale sia a livello di filiera, che possano rafforzare la sostenibilità economica delle attività agricole che producono prodotti tipici e di qualità e in grado di fornire anche una serie di servizi e beni pubblici.

Uno strumento utile per una ancora maggiore valorizzazione delle produzioni locali potrebbe risultare quello dell'impiego di marchi territoriali collettivi (*Giacomini et al., 2007; Giovannucci, et al., 2009*). La disciplina che regola la costituzione di tali strumenti (*art. 2570 cod. civ. e art. 11 del cod. della proprietà industriale*) cita come per marchio collettivo si intenda il marchio la cui registrazione viene richiesta non dal singolo ma "da soggetti che svolgono la funzione di garantire l'origine, la natura o la qualità di determinati prodotti e servizi" al fine di "concederne l'uso secondo le norme dei rispettivi regolamenti, a produttori e commercianti". La letteratura riporta come i marchi collettivi territoriali rappresentino un valido metodo di differenziazione del prodotto (*Deselnicu et al., 2013; Jatib et al., 2015*). Questi infatti, garantendo un elevato standard qualitativo e rappresentando un nuovo strumento di comunicazione, consentono di assegnare al prodotto una "nuova identità" che contraddistingue sia i prodotti che i servizi forniti dagli agricoltori (*Landi e Moruzzo, 2003*). Alcuni autori sostengono che tali marchi permettono di realizzare un "capitale sociale" che riunisce tutti i soggetti interessati attorno ad un sistema di produzione e di commercializzazione che garantisce la sostenibilità del settore nel lungo periodo (*Jatib et al., 2015*).

Numerose sono state in Europa le esperienze di valorizzazione della qualità dei propri prodotti attraverso marchi collettivi, alcuni pubblici e altri privati, nazionali e regionali. A questo riguardo, alcune aziende europee hanno differenziato il proprio prodotto biologico attraverso marchi collettivi territoriali che hanno consentito un rafforzamento dell'identità geografica, aumentato la competizione delle produzioni, coinvolto specifiche nicchie di consumatori e ampliato il mercato (*Landi e Moruzzo, 2003*).





Aspetti innovativi del Progetto



La letteratura esistente ha messo in evidenza i motivi per cui le attuali forme di valorizzazione delle produzioni che si basano sulle certificazioni di origine e di qualità non sempre riescono a ottenere risultati soddisfacenti nel rendere l'attività primaria sostenibile dal punto di vista economico (*Hughner et al., 2007; Scozzafava et al. 2016; Van Loo, et al., 2010*).

Inoltre, molti prodotti agroalimentari toscani non vengono valorizzati dal mercato per motivi non legati alla loro qualità, si tratta infatti spesso di prodotti di eccellenza, ma per inefficienze strutturali delle filiere.

Questo fenomeno distortivo è particolarmente evidente per le produzioni di qualità del Mugello. Nell'immaginario del consumatore, infatti, questo territorio è garanzia di produzioni di alta qualità sia dal punto di vista della salubrità sia delle caratteristiche organolettiche (*Casini et al. 2013*). Tuttavia, le filiere agroalimentari di qualità del Mugello, soprattutto se biologiche, palesano evidenti carenze strutturali per quanto concerne l'organizzazione, la valorizzazione dei prodotti e dei produttori, la cooperazione, la riconoscibilità e identificazione sul mercato, il potere contrattuale con i canali di commercializzazione.

L'innovazione proposta tramite questo progetto consiste proprio nella creazione di uno strumento di valorizzazione sinergico che permetta di contrastare e superare molte di quelle cause che generano una bassa remunerazione dei prodotti biologici del Mugello.

Nello specifico, l'innovazione su cui si basa la presente proposta consiste nella creazione e sviluppo del Marchio Collettivo Territoriale dei produttori biologici del Mugello (*Biologico_Mugello*), ossia una nuova forma innovativa di valorizzazione delle filiere agroalimentari biologiche del Mugello.

Si tratta di una innovazione sia perché nel territorio oggetto di investimenti non esiste una forma di valorizzazione simile a quella proposta, sia perché il Marchio Territoriale Collettivo dei produttori Biologici del Mugello possiede peculiarità tali e specifiche che lo differenzia anche dagli altri Marchi Territoriali Collettivi sviluppati in altri contesti.

È da evidenziare da subito come questa innovazione sia perfettamente replicabile in altri territori regionali con problematiche simili e, contemporaneamente, sia aperta anche a tutte quelle realtà produttive del Mugello che ad oggi non figurano tra i

soggetti che si assumono il rischio imprenditoriale di questa iniziativa. La messa a punto di questo strumento innovativo di aggregazione partecipata dei produttori biologici appare una soluzione concreta e molto efficiente per la valorizzazione delle filiere biologiche locali di elevata qualità e valore sociale.

I punti innovativi del Marchio Collettivo Territoriale Biologico_Mugello sono molteplici.

Il primo è insito nella struttura organizzativa di tale sistema rispetto a quanto fatto attualmente: l'aggregazione di produttori di più filiere biologiche infatti crea una maggiore forza contrattuale degli stessi sul mercato grazie alla differenziazione dell'offerta e rafforza in questo modo la competitività dell'attività agricola nel suo complesso.

Inoltre, questo processo di aggregazione dei produttori rappresenta una strategia di segmentazione dell'offerta che, garantendo un elevato standard qualitativo certificato dal fatto di essere produttori biologici, consente di assegnare al prodotto una nuova identità che contraddistingue sia i prodotti che i servizi forniti dagli agricoltori, con l'effetto di un rafforzamento dell'immagine non solo dell'area di origine del prodotto ma anche delle caratteristiche di tipicità legate alle tradizioni rurali locali.

La caratteristica di questo strumento del tutto innovativa, è rappresentata dal rafforzamento dell'identità geografica dei prodotti unita alla tecnica produttiva certificata biologica. I Marchi Territoriali Collettivi esistenti in altre Regioni, infatti, non coinvolgono produttori biologici ma sono solitamente molto generici e poco indirizzati a caratterizzare l'offerta in modo così specifico e puntuale come invece si intende sviluppare in questa proposta.

Questa simbiosi, che in un contesto come quello del Mugello pare quasi naturale, tra identificazione territorio-produttori biologici aumenta la riconoscibilità ed il valore aggiunto delle produzioni tipiche biologiche, coinvolgendo specifiche nicchie di consumatori e ampliando in tal modo i propri orizzonti di mercato, inserendosi anche al di fuori dei canali tradizionali e crea le basi per una maggiore competitività nei confronti di altre produzioni.

Il fatto di coinvolgere più filiere, altro aspetto innovativo rispetto alle iniziative a livello nazionale, amplifica l'effetto del marchio territoriale collettivo delle produzioni biologiche del Mugello inducendo un effetto eco: l'effetto della fiducia per un marchio fa sì che il consumatore sia disposto a provare anche un prodotto di altra categoria caratterizzato dallo stesso marchio territoriale.

L'integrazione in un solo marchio di più attributi qualitativi del prodotto rappresenta un più efficace strumento di comunicazione della qualità complessiva del prodotto e la presenza di più filiere tipiche di un territorio consente un rafforzamento dell'immagine del luogo.

L'integrazione produttiva e commerciale, creando un progetto comune a più imprese operanti nello stesso mercato offre un pacchetto di prodotti o servizi. In questo modo si crea una integrazione produttiva e commerciale tra aziende che consente una riduzione dei costi e un miglioramento dei servizi offerti.

Obiettivi del Progetto



L'obiettivo generale che la creazione e lo sviluppo del Marchio Collettivo Territoriale "Biologico_Mugello" si pone è quello di proporre uno strumento innovativo per incrementare la sostenibilità economica delle filiere agroalimentari biologiche caratteristiche del territorio oggetto della presente proposta.

Il Marchio ha l'obiettivo di aumentare il valore aggiunto del settore agroalimentare biologico del Mugello e darne una identità tangibile a livello di mercato. Rivitalizzare i processi di sviluppo sostenibile locali, rafforzare e valorizzare il rapporto «territorio-produttore-prodotto-consumatore» all'insegna della "mugellanità", rafforzare la quota di mercato dei prodotti biologici di qualità attraverso il consolidamento dell'offerta, proporre approcci di marketing e commercializzazione innovativi ed un fronte comune di penetrazione del mercato, aumentare la sicurezza alimentare e la garanzia per il consumatore in maniera direttamente proporzionale alla creazione di uno standard di elevato di qualità dei prodotti ed infine sviluppare uno strumento aperto ad altri soggetti e replicabile anche in altri contesti di medesimo valore territoriale quale volano per l'economia rurale locale e possibilità di sviluppo aziendale.

Nello specifico, questo obiettivo generale sarà raggiunto attraverso la definizione e il completamento di una serie di sub-obiettivi che vedranno in primis lo sviluppo di una stretta collaborazione tra il settore produttivo e quello della ricerca per far aderire sempre più le esigenze degli imprenditori con le linee scientifiche.

In particolare, il potenziamento del sistema della conoscenza e del trasferimento dell'innovazione associato alla promozione dell'innovazione attraverso forme di cooperazione e progettualità collettiva permetteranno il raggiungimento dei seguenti sub-obiettivi:

- Migliorare la competitività e l'efficienza delle aziende e del territorio nonché il livello qualitativo delle produzioni
- Aumentare la redditività delle aziende agricole attraverso l'aumento del valore aggiunto delle produzioni e la diversificazione
- Migliorare la competitività delle filiere agroalimentari biologiche sviluppandone l'aggregazione e l'integrazione (*creazione della multi-filiera biologica*)
- Incrementare la riconoscibilità del Territorio e delle filiere biologiche valorizzando il rapporto «territorio-produttore-prodotto-consumatore»
- Innescare processi di sviluppo rurale locale che coinvolgono anche settori diversi dal primario basati sulla promozione del territorio del Mugello attraverso le produzioni biologiche
- Indurre forme di produzione sempre più sostenibili anche dal punto di vista ambientale e sociale riconoscendo al territorio la capacità di essere fattore della produzione ma anche e soprattutto di promozione.
- Aumentare l'impatto delle filiere biologiche sul mercato attraverso la maggiore strutturazione della offerta e l'introduzione di innovative strategie di marketing e commercializzazione
- Rafforzare e valorizzare nel consumatore l'immagine del Mugello quale areale in cui si producono alimenti di qualità: in questo caso anche le filiere non biologiche ne trarranno un netto vantaggio indotto



Individuazione Logo del Marchio Territoriale



Per progettare il logo del Marchio Territoriale Mugello Biologico è stato impostato un processo di analisi, progettazione e sviluppo funzionale ad assicurare la coerenza tra la mission e la strategia comunicativa del logo e, in generale, degli strumenti di comunicazione utilizzati: entrando nello specifico della proposta, è stato avviato un processo che, pur concentrandosi sull'ambiente esterno all'Associazione dei produttori biologici del Mugello, è partito e ha tenuto ben presente quanto accade all'interno, in termini di condivisione dell'identità e della visione alla base del Marchio.

Nel progetto, infatti, una prima fase di analisi è stata funzionale ad individuare l'attuale identità dell'Associazione. Attivando un percorso di ascolto che ha coinvolto i produttori di foraggio, carne, latte e farro biologici del Mugello – prima collettivamente, poi singolarmente – è stato possibile estrarre informazioni utili sul knowledge condiviso, sulla vision e sulla mission dell'Associazione, ma anche sulle possibili criticità nei flussi di comunicazione tra i vari soggetti che, rendendo difficoltosa la comunicazione interna, possono determinare ricadute sull'elaborazione della conoscenza e sulla comunicazione dell'identità all'esterno dell'Associazione.

Parallelamente allo sviluppo dell'analisi, è stata portata avanti la progettazione, finalizzata alla definizione di specifiche strategie comunicative che permettano al Marchio Territoriale Collettivo Biologico Mugello di imporre e rafforzare progressivamente la propria posizione sul mercato producendo (e acquisendo) "valore" per i clienti/utenti e per il territorio di riferimento (a livello sia locale che internazionale).

La metodologia applicata è stata quella della comunicazione generativa (cfr. Toschi, 2011).

Tale metodologia si basa su tre punti fondamentali:

1. Individuare e valorizzare le conoscenze e le competenze presenti all'interno delle istituzioni, imprese ed organizzazioni con cui il CSL si trova a collaborare;
2. Definire una precisa strategia di comunicazione che nasce e si alimenta del continuo confronto/feedback con le pratiche reali e con gli assetti organizzativi quotidianamente utilizzati;
3. Costruire una comunicazione che permetta di sfruttare le grandissime possibilità di sviluppo delle realtà che sono oggetto di studio.

A partire dall'analisi dei soggetti e delle attività dell'Associazione dei produttori biologici del Mugello, sono state evidenziate progressivamente le positività e le criticità comunicative (dal marketing del prodotto alla comunicazione istituzionale), progettando il logo in stretta collaborazione con i diretti interessati: l'impegno di questi ultimi è stato, infatti, parte integrante e qualificante del progetto.

È stato utilizzato un set di oggetti, specificatamente modulati sulle caratteristiche e sulle necessità del progetto:

1. Analisi dell'Associazione e ascolto dei partecipanti.

Il progetto ha previsto l'attivazione di un percorso di analisi dell'Associazione e di ascolto dei soggetti partecipanti, per estrarre gli elementi di conoscenza utili alla progettazione del logo. Questa fase ha previsto la partecipazione alle riunioni collettive del gruppo ed una serie di incontri individuali.

2. Progettazione delle tre proposte di logo.

La progettazione delle proposte si è basata sugli elementi di conoscenza estratti dagli incontri. La fase di progettazione ha previsto la realizzazione di una prima bozza di progetto che è stata sottoposta ai soggetti dell'Associazione in una prima fase, durante una riunione collettiva, e, successivamente, in incontri individuali, maggiormente focalizzati. La fase finale di progettazione delle tre proposte si è basata, quindi, sugli elementi di conoscenza raccolti durante tutti gli incontri realizzati.

3. Realizzazione delle tre proposte di logo.

Una volta sviluppata la progettazione fino alla fase finale, il gruppo di lavoro ha avviato la fase di realizzazione delle tre proposte di logo, che ha portato il progetto alla concretizzazione in tutte le sue declinazioni e varianti.

La conclusione del processo di ascolto ha permesso l'elaborazione delle tre seguenti proposte di logo.

Proposte del Logo



Proposta 1



Proposta 1



Proposta 3

Successivi incontri e focus group hanno individuato nella Proposta 3

Il logo selezionato è conforme alla disciplina vigente e non contrasta con norme imperative, di ordine pubblico e di buon costume. Sarà opportuno prevedere in un allegato l'esatta rappresentazione del marchio (ivi compreso il font ed il pantone), la sua collocazione in etichetta, l'indicazione dei beni su cui potrà essere rappresentato (es. etichetta, packaging, materiale pubblicitario cartaceo, web) e le proporzioni che dovrà rispettare.



Il Territorio

IL MUGELLO

Una vallata che corrisponde all'alto corso del fiume Sieve nel tratto che scorre da nord-ovest verso sud-est, fino al punto in cui cambia direzione, assumendo un orientamento NE-SO ortogonale al precedente. Ubicato a sud dello spartiacque appenninico segnato dal Passo della Futa, dal Passo del Giego di Scarperia, dal Passo della Colla di Casaglia e dal Passo del Muraglione, il Mugello è separato dalla valle dell'Arno e da Firenze dai crinali di Monte Giovi, Vetta le Croci, Monte Senario e delle Croci di Calenzano, storicamente noti nel loro complesso come Monti Mugellesi.

Il paesaggio del Mugello è caratterizzato da un'ampia cintura di monti e colline che digradano fino all'area pianeggiante adiacente il corso della Sieve. È quest'ultima un'area molto antropizzata, ma sono numerosi e sparsi su tutto il territorio i centri abitati minori e i cascinali isolati.



app.biologico-mugello.it

*Intervento realizzato con cofinanziamento FEASR del Piano di Sviluppo Rurale 2014 – 2020
della Regione Toscana sottomisura 16.2 Bando Pif*



Regione Toscana

