

BARDUCA

WWW.BARDUCA.IT

Si fa presto a dire insalata! Rucola, valeriana, lattughino e poi spinaci, cappucci, radicchi. Per capirne di più siamo andati a conoscere Barduca che dal 1977 a Borgoricco ne produce di ogni qualità. Si tratta ancora una volta di una vicenda familiare i cui protagonisti sono Francesco Barduca e la moglie Anna Maria Rossi. Si perché a guardare bene le loro foto da giovani, nell'entrata dell'azienda, si capisce che questa è una storia di amore. E ce ne voleva tanto all'inizio della storia quando le serre erano fatte con i pali di legno e i teloni che volavano alla prima tempesta. Invece i Barduca restano con i piedi a terra e consolidano la loro attività oltre che il legame con i loro prodotti che piano piano cominciano ad essere distribuiti tutto l'anno e in tutta Europa.

Oggi una visita all'azienda agricola è senz'altro istruttiva per osservare le recenti pratiche di coltivazione e soprattutto di lavorazione degli ortaggi nel pieno rispetto di tutte le certificazioni necessarie. Oltre alle serre Barduca si è dotato negli anni di impianti e tecnologie di avanguardia per ottimizzare le fasi di lavorazione e garantire gli standard qualitativi più elevati. Come il sistema di asciugatura del prodotto in tunnel d'aria ideato e brevettato. Al bando quindi i luoghi comuni. Cosa significa fare l'ortolano nel nuovo millennio e quali traguardi e innovazioni di processo avete raggiunto per riuscire ad esportare i vostri prodotti nelle tavole di paesi notoriamente attenti al verde come il Nord Europa?

«Per lavorare in Europa è stato necessario mettersi in sintonia con un modo di pensare che privilegia la produzione biologica e il rispetto della terra, scegliendo processi con il minor impatto ambientale possibile. In tal senso la nostra filosofia aziendale è continuamente rivolta al miglioramento e all'innovazione, per esempio sul fronte degli imballaggi.

Oltre all'azienda di trasformazione dei prodotti, vogliamo puntare molto sulla nostra azienda agricola biologica, che è rimasto il nostro primo amore. Ripensando alle nostre origini e alla centralità dei valori che la terra ha sempre avuto nella nostra cultura, queste scelte ci sono sembrate connaturate nel nostro dna.»

La vostra produzione si è fortemente orientata al biologico. Proprio perché oggi si fa un gran parlare di prodotti biologici, e talvolta si fa confusione, spiegateci, oltre alla vocazione ambientale, cosa ha significato per voi, come azienda, fare questa scelta. E che risultati vi ha portato?

«L'approccio al biologico avviene negli anni '90, dopo anni in cui l'attenzione all'ambiente sembrava essere un discorso marginale, sacrificabile al profitto aziendale. Io e mia moglie ci siamo resi conto che così non si poteva andar lontano e ab-

biamo abbracciato valori e pratiche che ci hanno permesso di continuare il nostro lavoro con maggiore serenità e salubrità.

Inoltre questo ci ha permesso di inserirci in una nicchia di mercato in costante crescita e col senno del poi possiamo dire che questa decisione è stata davvero lungimirante, anche dal punto di vista commerciale.

In tempi come questi è fondamentale non perdere mai di vista il controllo di gestione, per tenere in ordine il bilancio, anno dopo anno: ma la prima soddisfazione è quella di poter continuare a fare un lavoro che amiamo.»

Parliamo del Premio Design Made in Padova, perché nasce il progetto di un packaging innovativo e come lo avete sviluppato. E come esso vi aiuta a consegnare ai clienti prodotti ancora più salubri e freschi.

«È strano, ma per parlare di innovazione devo partire dalla tradizione, dalle nostre origini. La nostra famiglia è radicata su questo territorio da molte generazioni e da sempre ci è stato insegnato a consumare ciò che si produceva e a riutilizzare tutto, ottimizzando al meglio le risorse.

Questo è il motivo per cui mentre la mano destra opera per il rispetto della terra e dell'agricoltura sostenibile, la mano sinistra brevetta un tunnel ad aria che asciughi il nostro prodotto troppo delicato per la centrifuga, o si inventa la busta che, grazie ad una valvola di sfogo, permette di cuocere gli spinaci direttamente in microonde, senza sprecare acqua o sporcare pentole. In una società che ci insegna che si fa prima a ri-acquistare una cosa anziché aggiustarla, noi cerchiamo di aguzzare l'ingegno e di valorizzare quello che abbiamo.»

Quali progetti avete per il futuro e che consigli avete da dare ai giovani che hanno voglia come voi di riavvicinarsi alla terra per riscoprirne i frutti, anche con la fatica?

«È una domanda che ci riguarda da vicino visto che i nostri 3 figli si stanno orientando a questo lavoro. Io sono convinto che la produzione di cibo di qualità, unita ad un territorio ben valorizzato e ai nostri impareggiabili beni culturali, possano portare al nostro paese oltre il 20% di PIL. In questo senso i nostri progetti continuano a guardare verso l'Europa, mentre in parallelo vorremo avvicinare i consumatori finali ai nostri prodotti e ai luoghi dove vengono prodotti.

Teniamo sempre in mente quel bellissimo detto: "La terra non è eredità ricevuta dai nostri padri, ma un prestito da restituire ai nostri figli." Ai ragazzi ricordo che "la terra è bassa", richiede fatica, costanza e passione, ma è capace di grande generosità e nonostante tutto rimane lì a ricordarci che abbiamo il dovere di volere un futuro migliore, per tutti.»





A partire dal rispetto della terra nasce la volontà di crescere e vendere verdure sane, biologiche e certificate.

Starting from the respect of the land comes the desire to grow and sell healthy, organic and certified vegetables.



«Per lavorare in Europa è stato necessario mettersi in sintonia con un modo di pensare che privilegia la produzione biologica e il rispetto della terra, scegliendo processi con il minor impatto ambientale possibile.»

«In order to work in Europe it was necessary to be in tune with the way of thinking that focuses on organic production and respect of the land, choosing processes which have the least possible environmental impact.»

It's very easy just to say salad! Rocket, valerian, lettuce, and then spinach, cabbages, radicchio. To understand more, we went to meet Francesco Barduca who has been producing these in Borgoriccio since 1977. Once again, it is a family affair where the protagonists are Francesco Barduca and his wife Anna Maria Rossi. From taking a good look at the photos of when they were young at the entrance to the company, it is possible to see that this is a love story. And a lot of love was required at the start of the story, when the greenhouses were still made of wooden poles and tarpaulins which flew off at the first sign of a storm. Yet the Barucas have their feet firmly on the ground and have consolidated their activities as well as the link with their products which are slowly beginning to be distributed year round throughout Europe. Today, a visit to the farm is certainly informative to look at recent cultivation practices and above all vegetable processing which is compliant with all necessary certifications. In addition to the greenhouses, Barduca has equipped itself over the years with cutting edge installations and technologies to optimise processing steps and ensure the highest qualitative standards: such as the air tunnel drying mechanism which they designed and patented. So all clichés should be banned. What does it mean to be a farmer in the new millennium and what objectives and process innovations have you achieved in order to export your products to the tables of the infamously green-conscious countries such as those of northern Europe?

«In order to work in Europe it was necessary to be in tune with the way of thinking that focuses on organic production and respect of the land, choosing processes which have the least possible environmental impact. In this sense, our business philosophy is continually focused on improvement and innovation, for example on the packaging front. In addition to the product processing company, we want to focus more on our organic farm, which has remained our first love. Thinking back to our origins and the centrality of the values that the land has always had in our culture, these choices seem to be ingrained in our DNA.»

Your production is strongly oriented towards the organic. Today there is a great deal of talk about organic products, and sometimes there is some confusion. Could you explain to us, over and beyond the environmental aims, what does making this choice mean to you as a company? And what results has it brought you?

«The approach to organic came at the end of the 90s after years in which attention to the environment seems to have been a marginal discourse, sacrificed to company profits. My wife and I realised that it was

impossible to go far like that and we embraced the values and practices that have enabled us to continue our work with greater serenity and health. In addition, this has allowed us to insert ourselves into a niche market which is growing continually. With the benefit of hindsight we can say that this decision was far-sighted, even from a commercial point of view. In times like these, it is important never to lose sight of management control to keep the balance in order, year after year: but the greatest satisfaction is being able to continue to do a job which we love.»

Let's talk about the Made in Padua Design Award. How did the innovative packaging project start and how did you develop it? And how does it help you to deliver products to clients which are even more wholesome and fresh?

«It's strange, but in order to talk about innovation, I must start from tradition, our origins. Our family has been rooted to this land for many generations and we have always been taught to consume what is produced and reuse everything: to optimise resources. This is why, while the right hand works on respecting the land and sustainable agriculture, the left hand is patenting an air tunnel which dries our products which are too delicate to spin, or invents a bag which, thanks to a relief valve, allows spinach to be cooked directly in a microwave without wasting water or dirtying pans. In a society that teaches us that it is quicker to buy new rather than mend something, we are trying to sharpen our wits and to value what we have.»

What are your plans for the future and what advice would you offer to young people who, like you, want to get closer to the earth and rediscover the benefits, even if it means more effort?

«It's a question very close to us as our three children are moving in the direction of this kind of work. I am convinced that the production of quality food, combined with well-valued land and our unrivaled cultural heritage could bring to our land over 20% of the GDP. In this sense, our projects continue to look towards Europe, while in parallel we want our end-consumers to get closer to our products and to the places they are produced. We always bear in mind this wonderful saying: "We do not inherit the Earth from our ancestors, we borrow it from our children".

I would remind young people that "the soil is low" [an old farmers' saying] - it needs hard work, perseverance and passion, but it is capable of great generosity, and in spite of everything it remains there to remind us that we have a duty to desire a better future for everyone.»