

# TAVOLO 4

## Sistemi di mercato: strategie per la competitività

GIOVEDÌ 21 marzo 2019



## Principale obiettivo

Far emergere proposte per l'implementazione di una strategia per la competitività del settore tenendo conto delle dimensioni fisiche ed economiche del comparto, promuovendo piattaforme operative quali strumenti di aggregazione verticale con il compito di definire una strategia di penetrazione dei mercati (i cui fattori di successo poggiano sempre più sulla sicurezza alimentare, sulla qualità e sul marketing) ottimizzando il ruolo di tutti gli attori lungo la filiera economico istituzionale.

## Lo scenario di riferimento

Dopo l'agricoltura tradizionale del secondo dopoguerra, la rivoluzione verde degli anni '60-'70, l'agricoltura industriale degli anni 1960-1980, l'agricoltura multifunzionale e di qualità degli anni 1990-2000, l'agricoltura sostenibile degli ultimi 10 anni, oggi e nel prossimo futuro la parola chiave sarà *smart*, un'agricoltura *smart*, una PAC *smart*, villaggi rurali *smart*. La caratteristica fondamentale di un'agricoltura *smart* è la conoscenza; le imprese agricole *smart* puntano sulla conoscenza. La produzione agricola punterà contemporaneamente alla quantità e alla sostenibilità,

con standard qualitativi di altissimo livello, fornendo al consumatore una molteplicità di informazioni. Tutto ciò si ottiene con più conoscenza per ettaro, più dati per ettaro, non più input come avveniva nel passato. La conoscenza e l'innovazione saranno i fattori vincenti.

Nella definizione delle strategie di rafforzamento della competitività delle aziende agricole e dei territori rurali, è importante decidere quali sono gli aspetti della competitività sui quali si intende di volta in volta agire:

- ✓ competitività basata sull'efficienza economica dell'impresa
- ✓ competitività fondata sul carattere della qualità delle attività svolte
- ✓ competitività centrata sulla diversificazione di prodotto e di processo
- ✓ competitività legata sull'integrazione di filiera
- ✓ competitività derivante dall'integrazione di sistema.

L'intervento su ciascuno degli aspetti della competitività, richiede il ricorso a strumenti differenziati, in funzione della tipologia aziendale e territoriale di riferimento.

**Dirigenti Driver:** Claudio Ansanelli, Daniela Lombardo, Giuseppe Gorga

**Esperto:** Angelo Frascarelli

**Moderatore:** Antonio Di Gennaro

**Partecipanti:**

- AGRONOMO PAESAGGISTA: Antonio Di Gennaro
- CIA: Angela Garofalo
- COLDIRETTI: Alfonso Carbonelli
- CONAF NAPOLI: Pasquale Crispino
- CONFAGRICOLTURA: Paolo Di Palma
- CONSORZI TUTELA VINI: Nicola Matarazzo
- CONSORZIO MOZZARELLA DI BUFALA DOP: Gennaro Testa
- CONSORZIO PASTA GRAGNANO IGP: Giuseppe Festa
- COOPERATIVA SAN GIORGIO CARNI: Nicola de Leonardis
- COOPERATIVA SOLE: Pietro Ciardiello
- COPAGRI: Paolo Conte
- CREA: Roberta Ciaravino, Chiara Salerno, Vincenzo Sequino
- DIREZIONE GENERALE AUTORITÀ DI GESTIONE FONDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE (FESR): Maria Terminio
- EPAP: Emilio Ciccarelli
- EX COORDINATORE AGC AGRICOLTURA REGIONE CAMPANIA: Antonio Falessi
- FONDO EUROPEO PER GLI INVESTIMENTI: Gianluca Palermo
- ISMEA: Fabio Del Bravo
- ISTITUTO ZOOPROFILATTICO SPERIMENTALE DEL MEZZOGIORNO (IZSM): Luigi Jacopo D'Auria
- ITALIA ORTOFRUTTA: Gennaro Velardo, Emilio Ferrara
- ORDINE DEI TECNOLOGI ALIMENTARI CAMPANIA E LAZIO (OTACL): Rosa Cinzia Borrelli
- PROGRAMMAZIONE UNITARIA - REGIONE CAMPANIA: Simonetta Volpe
- SANNIO CONSORZIO TUTELA VINI: Libero Rillo
- SVILUPPO CAMPANIA: Mario Mustilli
- SVIMEZ: Delio Miotti
- UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI - DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE: Fabio Verneau
- UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PERUGIA: Frascarelli Angelo
- UNIVERSITÀ FEDERICO II - DIPARTIMENTO DI AGRARIA: Adele Coppola
- UNIVERSITÀ FEDERICO II - DIPARTIMENTO DI AGRARIA: Teresa Del Giudice

## Principali indicazioni emerse

### *Le dimensioni della competitività*

Il quarto tavolo della Conferenza Agricola Regionale ha discusso le strategie di competitività dell'agricoltura regionale con riferimento alle diverse cinque dimensioni con cui la competitività può essere declinata.

C'è innanzitutto la competitività basata sull'*efficienza economica*, fondamentale nel contesto di competizione globale in cui si opera, che chiama le aziende agricole regionali a confrontarsi con realtà produttive e strutture dei costi assai diverse dalla nostra. Una maggiore efficienza può essere ricercata attraverso innovazioni di processo, organizzative e gestionali che, benchè già intraprese dalle aziende agricole della Campania, non può essere un paradigma non declinabile secondo le specificità del territorio.

Occorre, quindi, lavorare anche sulla seconda dimensione della competitività, quella basata sulla *qualità del prodotto* seguendo i principi di specialità e tipicità, di salubrità e sicurezza alimentare, di tracciabilità e certificazione dei prodotti.

In molte aziende collinari e montane, la strategia competitiva può essere orientata alla *diversificazione e alla multifunzionalità dell'impresa agricola* dove all'innovazione di prodotto, all'agricoltura biologica, alla trasformazione esperta ed artigianale delle materie

prime devono collegarsi servizi non solo afferenti al turismo rurale e la zootecnia estensiva.

*L'integrazione di filiera* consente di migliorare l'efficienza e l'efficacia del percorso compiuto dal prodotto agricolo per giungere dal produttore al consumatore finale. È fondamentale che il valore dei prodotti agricoli non sia disperso lungo questo percorso, e questo può essere realizzato attraverso la creazione di filiere corte, il rafforzamento delle forme cooperative e associative tra produttori, relazioni contrattuali eque, lo sviluppo di una logistica efficiente.

Un ruolo fondamentale è svolto infine dall'*integrazione di sistema* per rafforzare i territori in termini di competitività, di reti territoriali e intersettoriali e di infrastrutture rurali. Il territorio, infatti, con la sua credibilità e le sue attrattive, deve fungere da traino al prodotto.

La sfida della competitività, quindi, può essere realmente colta solo se l'innovazione entra nel tessuto ordinario della crescita del sistema agricolo ed agroalimentare. Innovazione declinata in tutte le sue sfaccettature: *organizzativa, procedurale, nelle forme di incentivazione e nel ricambio generazionale e nei nuovi insediamenti in agricoltura*. È necessario procedere ad una rivoluzione culturale che al settore primario, nelle specificità che lo contraddistinguono, riconosca pari dignità con gli altri settori produttivi.

### *A realtà diverse, politiche diverse*

L'innovazione organizzativa riguarda la semplificazione e la differenziazione nell'azione di programmazione.

Secondo i dati ISTAT al 2017 in Campania sono presenti 136.000 aziende agricole. Di queste, circa il 60% ha una superficie aziendale inferiore alla media regionale (4 ettari); il restante 40% è rappresentato da aziende con una superficie media superiore alla media regionale. Se guardiamo alla dimensione economica, anziché alla superficie, il dualismo è ancora più accentuato: il 70% circa delle aziende campane ha una produzione standard inferiore a 8.000 euro, mentre solo il 20% delle aziende supera i 15.000 euro. È evidente che entrambe le tipologie aziendali devono essere sostenute, con obiettivi e strategie opportunamente differenziate.

Le piccole aziende (nella dimensione fisica ed economica), vivono enormi difficoltà di sopravvivenza e prospettiva, ma costituiscono ancora il presidio essenziale delle aree collinari e montane della regione. In queste aree l'abbandono agricolo è uno degli aspetti principali del declino demografico e socio-economico, oltre a contribuire a generare dissesto idrogeologico, aumento dei rischi, come quello d'incendio, scaldamento dei valori paesaggistici.

Le aziende agricole con superficie e dimensione eco-

nomica maggiore hanno orizzonti e prospettive più incoraggianti, e devono essere aiutate a incrementare efficienza economica e livelli qualitativi, all'interno di filiere e territori più integrati e competitivi.

Quello di cui c'è bisogno - è una delle indicazioni emerse dal tavolo - è di immaginare procedure e percorsi differenziati per aiutare queste agricolture diverse.

### *La necessità di strumenti e percorsi differenziati*

In termini organizzativi è opportuna un'adeguata riflessione in merito alla possibilità di attuare una diversificazione nel modello di attuazione distinguendo le due macro categorie di aziende presenti in Campania. Il Programma di Sviluppo Rurale prevede già ora misure rivolte alle diverse agricolture della Campania - quella competitiva che lavora per il mercato, e quella delle piccole aziende di presidio territoriale e paesaggistico - offrendo però gli stessi percorsi e le stesse procedure. I lavori del tavolo hanno evidenziato invece come ci sia bisogno di una logica di sistema e di finanziamento alle aziende, differenziata a seconda della tipologia e dei livelli di produzione. L'approccio del PSR alle piccole aziende multifunzionali dei territori collinari e montane, ma anche delle frange urbane, deve essere finalizzato alla semplificazione:

- con procedure più agili di presentazione, possibilmente a sportello, e valutazione delle domande;
- con bandi che prevedano al loro interno un paniere di opportunità attagliato alle effettive esigenze di questo tipo di impresa. Tale approccio determina come immediata conseguenza l'esplicitazione di un unico progetto operativo aziendale che consenta una più agevole possibilità di valutazione della qualità dello stesso oltre che ridurre i costi amministrativi connessi ad una pluralità di richieste coerenti nell'indirizzo di sviluppo aziendale ma scollegate fra loro con la reiterazione dei requisiti oggettivi e soggettivi del richiedente.

Dall'altro canto le imprese che, a pieno titolo, possono concorrere alla sfida della competitività, spesso non riescono ad esplicitare tutto il proprio potenziale per un deficit di contesto sia infrastrutturale che aggregativo. Per questo dovrebbero invece essere il più possibile incentivate verso progetti di filiera e progetti integrati facendo ricorso a procedure negoziali e a strumenti quali la sovvenzione globale. Il cambio di passo deve avvenire nell'organizzazione dei progetti di filiera e della progettazione integrata che non devono essere identificati nell'associazione temporanea di unità ed interessi isolati e che tali restano, in relazione all'opportunità offerte dall'investimento

pubblico. Nuove competenze vanno coltivate per la creazione di reti d'impresa e per un sistema di marketing comune e robusto tale da affrontare le sfide più ambiziose.

Tornando alle diverse dimensioni della competitività, l'agricoltura campana può migliorare la propria competitività lavorando sull'integrazione delle filiere, l'efficienza e attrattività dei territori, il legame con i grandi paesaggi regionali. Sono cose per le quali il fondo agricolo di sviluppo rurale evidentemente non basta. Per superare il deficit infrastrutturale, logistico, di innovazione e conoscenza occorre che i diversi fondi e strumenti lavorino insieme.

### *L'importanza di una programmazione integrata e di filiera*

Il tavolo ha ribadito che tale impostazione organizzativa determina, come logica conseguenza, anche una innovazione procedurale data l'importanza di rendere realmente operativa la programmazione integrata con la possibilità di impiegare congiuntamente per il sostegno agli interventi con risorse provenienti dai diversi fondi da quello agricolo (FEASR) a quello sociale (FSE) e di sviluppo regionale (FESR).

La procedura negoziata richiede in primo luogo l'individuazione di un'Autorità di Gestione a tanto dedicata e di un soggetto intermedio, con adeguati livelli di



affidabilità, a cui assegnare specifiche responsabilità per alcune funzioni fondamentali:

- essere elemento di aggregazione delle imprese;
- essere interlocutore unico presso le amministrazioni deputate alla valutazione ed ammissibilità dell'intervento;
- essere elemento di governo nelle politiche commerciali;
- fornire consulenza e adeguata informazione alle imprese aderenti negli obiettivi e nelle strategie che sono alla base dell'aggregazione;
- realizzare progetti secondo regole condivise.

### *Sostenere gli investimenti*

Prima della crisi economica del 2008, la propensione agli investimenti della Campania era superiore alla media nazionale sia per il settore agricolo che per l'industria alimentare, anche grazie alla dinamicità delle imprese di trasformazione ortofrutticola. In Campania, per effetto della crisi, la propensione a investire ha subito una diminuzione più marcata rispetto alla media nazionale, con particolare riferimento al settore agricolo (-30 punti percentuali).

La caduta degli investimenti ha comportato una spinta minore all'innovazione, al cambiamento, all'adeguamento al nuovo contesto generale. Si tratta di un aspetto di debolezza del quale è importante tenere

conto, nello scorcio finale di questa programmazione, ma soprattutto nella definizione della prossima programmazione con adeguati servizi di supporto per garantire tempi istruttori certi e procedure amministrative affidabili ma semplificate con il ricorso agli strumenti che la normativa vigente mette a disposizione.

### *Nuovi strumenti finanziari a sostegno della competitività*

Infine l'innovazione nel sistema di incentivazione. Il contributo in conto capitale non è, e non può più essere, l'unico sistema di incentivazione. Il regolamento *Omnibus* ha notevolmente potenziato gli strumenti finanziari. Essi rappresentano il ponte di congiunzione fra le rigidità del PSR, come esso è stato fino ad oggi concepito ed esclusivamente sul sistema del contributo in conto capitale, e le più ampie potenzialità del FESR. Gli strumenti finanziari inoltre, grazie all'effetto leva, amplificano la portata incentivante delle risorse finanziarie messe a disposizione dai programmi.

Per il loro funzionamento e potenziamento sarebbe opportuno attivare una struttura finanziaria regionale che già opera in altri settori.

I lavori del tavolo "*Competitività*" hanno messo in risalto il ruolo importante che potrebbe essere

assunto dai nuovi strumenti per il credito alle aziende agricole. Il *Fondo europeo per gli investimenti (FEI)* ha messo a punto, in collaborazione con le Regioni, una piattaforma nazionale di garanzia per l'agricoltura e l'agribusiness, a sostegno degli aiuti concessi dal Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Rurale (FEASR), per facilitare l'accesso al credito delle aziende agricole che ricevono gli aiuti. La piattaforma fornisce garanzie agli istituti di credito che finanziano agricoltori, imprenditori agricoli e imprese agroindustriali che beneficiano degli aiuti, in modo compatibile con la misura 4.1 e la misura 4.2. Questo strumento, che è stato attivato in 8 regioni tra cui la Campania, utilizza risorse PSR, oltre a risorse della Banca Europea per gli Investimenti, e della Cassa Depositi e Prestiti. Esso garantisce fino al 50% del rischio, senza prevedere un importo minimo da finanziare.

Ancora, a scala regionale, incentivi finalizzati a sostenere le micro, piccole o medie imprese, comprese le aziende agricole, sono erogati da *Sviluppo Campania*, la società *in house* della Regione che ha l'obiettivo di favorire, promuovere e rafforzare la competitività e lo sviluppo del sistema territoriale regionale.

Un ulteriore esempio di strumento per la creazione di filiere più aperte, più efficienti e più sicure può essere rappresentato dalle *Blockchain*, strutture dati condivise che consentono a tutti gli attori (produttori

di materie prime, della trasformazione, *packaging*, logistica e trasporti) di conferire dati e informazioni e controllare, con la massima trasparenza, i dati di tutti gli altri attori. Attraverso un *QR code*, i dati possono essere condivisi con il consumatore finale favorendo così la tracciabilità degli alimenti lungo tutta la filiera, e dando la possibilità al consumatore di finanziare e sostenere, tramite l'acquisto, produzioni di qualità e/o di particolare significato sociale.

### *La presenza dei giovani in agricoltura*

In Campania alla fine del 2017 risultano attive in agricoltura 5.240 imprese condotte da giovani imprenditori, di età compresa tra i 15 e i 35 anni, pari all'8,6% del totale delle imprese agricole. Un risultato sostanzialmente in linea con quello medio delle regioni meridionali (8,5%) e superiore a quello del Centro-Nord (6,5%). Come in altri settori, la componente giovanile degli attori del sistema agricolo, se valutata in confronto al peso dei giovani sul totale della popolazione in età da lavoro, risulta largamente sottorappresentata, a testimonianza del forte processo di senilizzazione del sistema economico italiano.

Ci sono però aspetti promettenti. In Campania le imprese agricole condotte da giovani nel periodo 2014-2017 aumentano del 5,4% a fronte di un calo del -8% nel settore industriale, del -5,5% nelle costruzioni



e del -3,0% nei servizi. Si tratta dunque di un segmento che, per quanto sottorappresentato, manifesta una particolare dinamicità.

I problemi che i giovani agricoltori si trovano a dover affrontare riguardano in particolare:

- l'accesso alla terra;
- l'accesso al credito;
- l'accesso alla conoscenza.

Diverse politiche pubbliche sono oggi operanti con l'obiettivo di sostenere l'imprenditorialità giovanile in agricoltura: i programmi di sviluppo rurale prevedono premi per il primo insediamento di giovani agricoltori. L'ISMEA, attraverso la Banca delle terre, incentiva l'acquisto di suoli agricoli da parte di giovani imprenditori. Il decreto per il Mezzogiorno, con la "*Banca delle terre incolte*" e "*Resto al Sud*", prevede incentivi per il fitto di lungo periodo di terre incolte di proprietà di soggetti pubblici o privati, con la possibilità di piccoli finanziamenti per l'avviamento delle imprese. Siamo di fronte, come in altri casi, a una molteplicità di strumenti che andrebbero messi in rete nel quadro di una strategia unitaria. L'accesso alle terre sarebbe probabilmente facilitato da una piattaforma unica di intermediazione fondiaria, mentre il supporto ai giovani agricoltori potrebbe essere fornito da un'agenzia di sviluppo dedicata, un incubatore d'impresa, che accompagni i giovani in tutte le fasi, dalla creazione

del *business plan*, alla ricerca di finanziamenti, alla formazione fino ad arrivare all'implementazione del progetto aziendale.

### *Il ruolo dei marchi di qualità*

Il fatturato all'origine dei prodotti IG campani (food e vino) è di 610 milioni di euro, con un'incidenza del 10% sul fatturato agroalimentare complessivo della regione. La Campania si configura come la prima regione del Mezzogiorno in questo ambito, con il 30% del valore dell'area, con 53 prodotti a marchio, di cui 24 del comparto food e 29 del vino. La quota principale del fatturato deriva dai prodotti Food: 510 milioni di euro, 7,3% del valore nazionale; nel Food IG è la terza regione italiana per impatto economico. Tra il 2014 e il 2017 il trend del fatturato del segmento IG Food è stato fortemente crescente, rispetto a quello nazionale; questo grazie soprattutto alla *Mozzarella di bufala campana DOP*, che da sola pesa per il 76% del fatturato. Meno impattante il comparto del vino: 100 milioni di euro è il fatturato origine, pari all'1,2% del totale nazionale; dodicesima regione per impatto economico.

Da questi dati emerge un quadro della realtà agroalimentare campana, caratterizzato da produzioni di qualità e da un ricco patrimonio agronomico da valorizzare. Un ruolo sempre più importante è ricoperto dai "*consorzi di tutela*" che assolvono un compito fon-

damentale di garanzia e di riduzione delle asimmetrie informative esistenti tra azienda e consumatore sulla qualità del prodotto.

### *Sostenere l'export*

Uno dei fattori di competitività del settore agroalimentare in Campania è rappresentato dalla forte propensione all'export.

Secondo i dati ISMEA, l'export del settore agroalimentare della Campania ha raggiunto un valore di 3,2 miliardi di euro nel 2018, pari al 7,6% delle esportazioni nazionali del settore. Con un trend in crescita nell'ultimo decennio (3,5%), più basso di quello nazionale (6%). La bilancia commerciale agroalimentare della Campania è stata positiva anche nel 2018, con un surplus commerciale di 593 milioni di euro. L'incidenza del valore dell'export agroalimentare sull'export totale regionale è pari al 29,2%, stabile rispetto al 2016, ma decisamente superiore dell'incidenza media italiana (circa 9%). L'industria alimentare contribuisce all'85% del valore delle esportazioni agroalimentari campane.

Un esempio di successo è rappresentato dalla mozzarella di bufala campana DOP, che esporta il 32% della sua produzione. È importante che la nuova strategia agricola regionale consideri questi punti di forza dell'agroalimentare campano non come risultati acquisiti, ma come base di partenza per un ulteriore rafforzamento.

### *Il coraggio delle scelte*

L'indicazione principale scaturita dal tavolo è la necessità di effettuare delle scelte. È necessario comprendere quali dei diversi aspetti della competitività debbano essere sostenuti nella nuova programmazione, con riferimento alle diverse tipologie aziendali, e ai diversi sistemi rurali della Campania, quelli dell'agricoltura di mercato della fascia costiera ad alta densità urbana e demografica, come quelli dei paesaggi multifunzionali della fascia collinare e montana in spopolamento. Quindi, non più una gamma generica di misure e interventi, ma un paniere personalizzato, gestito con procedure e strumenti differenziati.



## TAVOLO 4

### Sistemi di mercato: strategie per la competitività

Secondo i dati ISTAT, al 2017 in Campania sono presenti 136.000 aziende agricole. Di queste, circa il 60% ha una superficie aziendale inferiore alla media regionale (4 ettari); il restante 40% è rappresentato da aziende con una superficie media superiore alla media regionale. Se guardiamo alla dimensione economica, anziché alla superficie, il dualismo è ancora più accentuato: il 70% circa delle aziende campane ha una produzione standard inferiore a 8.000 euro, mentre solo il 20% delle aziende supera i 15.000 euro.

La principale indicazione venuta dal Tavolo 4 è la necessità di compiere scelte chiare e precise. È necessario comprendere quali dei diversi aspetti della competitività debbano essere sostenuti nella nuova programmazione, con riferimento alle diverse tipologie aziendali descritte in precedenza. La nuova programmazione non dovrà prevedere una gamma generica di misure e interventi, quanto piuttosto un paniere mirato, gestito con procedure e strumenti il più possibile differenziati.

## Indirizzi emersi

- Un approccio del prossimo PSR alle **piccole aziende multifunzionali** dei territori collinari e montani, ma anche delle **frange urbane**, finalizzato alla semplificazione, con procedure più agili di presentazione, possibilmente a sportello, e valutazione delle domande, e con bandi che prevedano al loro interno un paniere di opportunità rispondenti alle effettive esigenze di questo tipo di impresa.
- Per le **aziende più competitive**, la possibilità di partecipare a progetti collettivi, territoriali e di filiera, con il ricorso a procedure negoziali per la selezione dei beneficiari e il finanziamento degli interventi mediante strumenti come la programmazione negoziata e la sovvenzione globale.
- **Innovazioni procedurali**, con l'individuazione di una Autorità di Gestione dedicata, che rendano realmente praticabile il ricorso alla programmazione integrata, con la possibilità di impiegare congiuntamente per il sostegno agli interventi territoriali e di filiera risorse provenienti dai diversi fondi, quello agricolo, ma anche quello sociale e di sviluppo regionale.
- Un'unica strategia per **l'imprenditorialità giovanile in agricoltura**, che integri le possibilità offerte dalle diverse policy (il FEASR con il primo insediamento; la Banca delle terre gestita da ISMEA; gli aiuti previsti dal decreto per il Mezzogiorno con la *"Banca delle terre incolte"* e *"Resto al Sud"*), anche con la creazione di un portale unico regionale per l'intermediazione fondiaria, e la creazione di un'agenzia di sviluppo dedicata, un incubatore d'impresa, che accompagni i giovani in tutte le fasi, dalla creazione del business plan, alla ricerca di finanziamenti, alla formazione fino ad arrivare all'implementazione del progetto aziendale.
- Innovare il **sistema di incentivazione** per gli investimenti affiancando in modo più deciso al "tradizionale" contributo in conto capitale gli strumenti finanziari che grazie all'effetto leva, amplificano la portata incentivante delle risorse finanziarie messe a disposizione dai programmi.
- Promuovere una **strategia di comunicazione** delle produzioni agricole della Campania che associ strettamente queste ultime ai grandi paesaggi regionali, ai siti UNESCO, al patrimonio immateriale dell'umanità (dieta mediterranea, pizza napoletana, terrazzamenti storici).