

Geografia e cibo



MEMORIE GEOGRAFICHE
nuova serie / n. 20 / 2022



MEMORIE GEOGRAFICHE

Giornata di studio della Società di Studi Geografici
Firenze, 10-11 giugno 2021

**Geografia e cibo:
ricerche, riflessioni e discipline
a confronto**

a cura di
Chiara Spadaro, Alessia Toldo ed Egidio Dansero



Geografia e cibo è un volume delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici

<http://www.societastudigeografici.it>

ISBN 978-88-94690101

Numero monografico delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici
(<http://www.societastudigeografici.it>)

Certificazione scientifica delle Opere

Le proposte dei contributi pubblicati in questo volume sono state oggetto di un processo di valutazione e di selezione a cura del Comitato scientifico e degli organizzatori delle sessioni della Giornata di studio della Società di Studi Geografici

Comitato scientifico:

Fabio AMATO (Università di Napoli L'Orientale – SSG), Marco BAGLIANI (Università di Torino), Luca BATTISTI (Università di Torino), Giaime BERTI (Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa), Valerio BINI (Università di Milano), Panos BOURLESSAS (Università di Torino), Paola BRANDUINI (Politecnico di Milano), Margherita BRUNORI (Università di Trento), Andrea CALORI (Economia e Sostenibilità – Està), Cristina CAPINERI (Università di Siena – SSG), Chiara CERTOMÀ (Università di Torino), Roberta CEVASCO (Università di Scienze Gastronomiche), Clara CICATIELLO (Università della Tuscia), Annalisa COLOMBINO (Università di Venezia), Flavia CRISTALDI (Università di Roma La Sapienza), Federico CUOMO (Università di Torino), Egidio DANSERO (Università di Torino – SSG), Pierluigi DE FELICE (Università di Salerno), Sergio DE LA PIERRE (Società dei territorialisti/e ONLUS), Elena DELL'AGNESE (Università di Milano-Bicocca), David FANFANI (Università di Firenze), Franco FASSIO (Università di Scienze Gastronomiche), Francesca FORNO (Università di Trento), Paolo GIACCARIA (Università di Torino), Giulia GIACCHÈ (Université Paris-Saclay), Francesca GIARÈ (CREA), Cristiano GIORDA (Università di Torino), Isabella GIUNTA (Instituto de Altos Estudios Nacionales – IAEN, Ecuador), Teresa GRAZIANO (Università di Catania), Maria Gemma GRILLOTTI DI GIACOMO (GECOAGRI-LANDITALY), Federica LARCHER (Università di Torino), Michela LAZZERONI (Università di Pisa – SSG), Ivana MAFFEO (Università di Siena), Francesco MARANGON (Università di Udine), Davide MARINO (Università del Molise), Federico MARTELLOZZO (Università di Firenze), Giampiero Mazzocchi (CREA), Monica MEINI (Università del Molise – SSG), Stefano MENEGAT (Università di Torino), Mariavaleria MININNI (Università della Basilicata), Davide PAPOTTI (Università di Parma), Marco PETRELLA (Università del Molise), Giacomo PETTENATI (Università di Torino), Maurizia PIERRI (Università del Salento), Antonella PIETTA (Università di Brescia), Silvia PILUTTI (Prospettive Ricerca), Donatella PRIVITERA (Università di Catania), Fabio POLLICE (Università del Salento), Matteo PUTTILLI (Università di Firenze), Filippo RANDELLI (Università di Firenze – SSG), Antonella RINELLA (Università del Salento), Adanella ROSSI (Università di Pisa), Vittoria SANTARSIERO (Università della Basilicata), Marcella SCHMIDT DI FRIEDBERG (Università di Milano-Bicocca), Luca SECONDI (Università della Tuscia), Roberto SENSI (Action Aid), Eleonora SIRSI (Università di Pisa), Chiara SPADARO (Università di Padova), Nadia TECCO (Università di Torino), Alessia TOLDO (Università di Torino), Alberto VANOLO (Università di Torino), Francesca ZANUTTO (Università di Torino).

Comitato organizzatore:

Luca BATTISTI (Università di Torino), Panos BOURLESSAS (Università di Firenze), Federico CUOMO (Università di Torino), Egidio DANSERO (Università di Torino – SSG), Stefano MENEGAT (Università di Torino), Giacomo PETTENATI (Università di Torino), Chiara SPADARO (Università di Padova), Alessia TOLDO (Università di Torino).



Creative Commons Attribuzione – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

© 2022 Società di Studi Geografici

Via San Gallo, 10

50129 - Firenze

LAURA CASSI*

DAI PRODOTTI AGROALIMENTARI TRADIZIONALI AGLI “ORI” DI TOSCANA. CENNI DI STORIA IDENTITARIA LOCALE

Sono passati ormai più di vent'anni da quando l'Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione nel settore Agricolo forestale (ARSIA) aveva affidato al gruppo di ricerca “La memoria storica del territorio rurale” del Dipartimento di Studi storici e geografici dell'Università di Firenze la revisione della schedatura dei prodotti agroalimentari tradizionali della Toscana e la messa a punto di percorsi di ricerca sui legami fra tali prodotti e la cultura locale.

La collaborazione con l'ARSIA, organismo squisitamente tecnico in campo agronomico, era stata peraltro già sperimentata in occasione della legge regionale 15/1997 intitolata alla “Salvaguardia e valorizzazione delle attività rurali in via di cessazione” con l'allestimento di “percorsi della memoria” per il sito web “Antichi mestieri rurali in Toscana”. Di quest'ultimi, a partire dall'elenco fornito dall'ARSIA, erano state redatte le schede e realizzati una serie di percorsi di approfondimento, illustrati con un ricco bagaglio iconografico tratto sia da documenti d'archivio che da foto d'epoca e campagne fotografiche *ad hoc* (Fig. 1). La collaborazione si inseriva in un quadro più ampio, quello dei legami fra cultura e sviluppo locale e nel sito web dell'ARSIA la schedatura e i percorsi dedicati agli Antichi mestieri si aprivano illustrando alcune considerazioni di base sui legami in questione, con traduzione in inglese, francese, tedesco (“Temi e percorsi perché”)¹.

Furono realizzati anche percorsi illustrativi generali, in cui un ruolo centrale era rappresentato dal paesaggio (Fig. 2).

Per quanto riguarda invece le produzioni agroalimentari tradizionali fu richiesta la redazione di un volume in cui, a partire da una riflessione sul concetto di tradizionalità/tipicità², doveva essere illustrata la cornice geostorica dei vari prodotti, implementata da una serie di approfondimenti specifici. Impegno quest'ultimo di un certo rilievo, visto che si trattava di rintracciare le “radici” territoriali delle suddette produzioni (Cassi e Meini, 2001).

Con l'indicazione di prodotti tradizionali l'Agenzia indicava

prodotti agricoli o agro-alimentari trasformati legati ad uno specifico territorio e alle sue tradizioni e alla sua cultura, con metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidate nel tempo. Si tratta di prodotti di qualità particolare, di provenienza locale, con comprovato rapporto con il territorio, realizzati generalmente da un'impresa agricola artigianale, con caratteristiche di tipicità e di tradizionalità del processo produttivo.

¹ “Temi e percorsi perché”: Il proposito di allestire nell'ambito del sito regionale sugli antichi mestieri una sezione denominata sinteticamente “cultura”, volta ad ospitare una serie di temi relativi al mondo rurale, è stato suggerito dal convincimento che le brevi note informative che accompagnano le singole attività censite possano trovare un utile complemento nell'esposizione di argomenti tesi ad illustrare aspetti differenti ma tutti riconducibili all'ambiente rurale. Ad esempio, tanto per citarne qualcuno fra quelli possibili: i nomi di luogo e la vegetazione boschiva, la tradizionale pratica della transumanza delle greggi e la rete dei suoi percorsi, l'immagine della Toscana rurale nei viaggiatori del Settecento, la poesia estemporanea e l'antica tradizione del Maggio, e infine alcuni suggestivi itinerari turistico-culturali nel paesaggio rurale toscano, ecc. Lo scopo è dunque quello di offrire un ventaglio di argomenti anche notevolmente diversi fra loro in modo da attirare – con l'uno o con l'altro – l'attenzione di un pubblico eterogeneo come quello che può accedere a un sito Internet e sensibilizzarne l'interesse nei confronti dell'ambiente rurale. Tale interesse appare tanto più importante oggi, in una società quasi totalmente urbana come la nostra. Con questa affermazione non si intende richiamare la tradizionale antitesi fra città e campagna, ma piuttosto invitare a riflettere sui valori naturali e storico-culturali delle campagne, che da componenti di identità locali chiuse e rivolte al passato possono trasformarsi in un capitale da conservare e perfino rendere produttivo, in accordo con la recente evoluzione dei processi di qualificazione territoriale delle campagne, che passano necessariamente per le città, così come quelli delle città altrettanto necessariamente passano per le campagne.

² Per la Regione 25 anni di produzione erano sufficienti per considerare un prodotto tradizionale/tipico, la nostra riflessione invece andava ben più indietro nel tempo e fu di soddisfazione rinvenire puntualmente citate alcune produzioni in fonti del XIX secolo o fine XVIII (in particolare si ricordano gli scritti di Marco Lastri, che meriterebbero ulteriori approfondimenti).





Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 1



Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 2

Per ciascuno dei prodotti l'Agenzia aveva compilato una scheda identificativa che comprendeva gli elementi caratterizzanti la tradizionalità (descrizione sintetica del prodotto, delle metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura, dei materiali, delle attrezzature e dei locali utilizzati).

Ne risultarono due grossi volumi di schede redatte dall'Agenzia dove i 367 prodotti erano suddivisi in otto categorie, a partire dalle bevande analcoliche, distillati e liquori, alle carni fresche e conservate, ai formaggi, ai grassi, ai prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati (Fig. 3). Quest'ultima costituiva la categoria più numerosa, oltre 150 voci, fra ortaggi, frutta (castagne comprese), legumi, tuberi, fino alle marmellate, seguita dalle paste fresche e prodotti della panetteria, biscotteria, pasticceria e confetteria (80 voci). Chiudevano la serie i prodotti della preparazione dei pesci, molluschi e crostacei, e quelli di origine animale (miele).

La notevole varietà di prodotti – peraltro del tutto svincolata da tentativi di autopromozione da parte dei territori interessati – francamente ci colpì, tanto più che essa rappresentava sicuramente solo un pallido residuo di un quadro in passato assai più vario. Per rendersene conto è sufficiente una rapida scorsa alle



Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 3

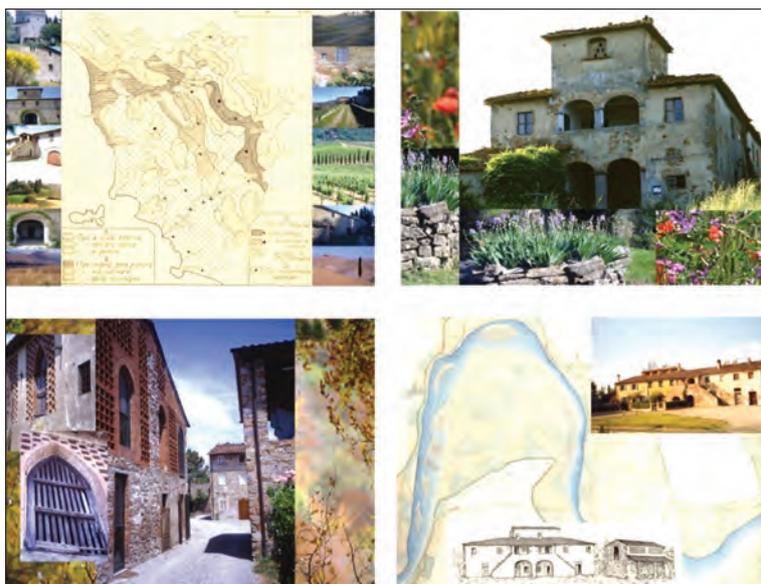
immagini dei frutti coltivati nei poderi medicei, elencati uno per uno nei quadri di Bartolomeo Bimbi tra la fine del Seicento e i primi del Settecento per il Granduca Cosimo III. D'altra parte, nell'ambito delle specie di base, quali le mele, le pere, le susine, le pesche, ecc., ogni coltivatore ha sempre fatto innesti e frequentemente venivano inventate e altrettanto rapidamente abbandonate delle nuove varietà. Inoltre, in regime di sussistenza si coltivava un po' di tutto tenendo conto per quanto possibile dei vari tipi di suolo.

La collaborazione con l'ARSIA proseguì con altre iniziative, quali il "Calendario ARSIA" del 2004, dedicato alle dimore rurali, che non costituì solo un repertorio di belle immagini, ma una rivisitazione meditata, seppure sintetica, del famoso tema promosso da Renato Biasutti negli anni Trenta del secolo scorso (Figg. 4 e 5).



Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 4



Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 5

A seguito del successo del Calendario, fu poi la volta della collaborazione ai progetti ARSIA “Le emergenze naturalistiche e la fauna selvatica, elementi di volano economico e sociale nella valorizzazione territoriale” (2003) e “Conoscenze geografiche e naturalistiche a supporto dell’animazione rurale” (2004), la rilettura delle relazioni che accompagnavano le quali mi è apparsa ancora convincente (Fig. 6).



Fonte: elaborazione dell'autrice.

Fig. 6

Nel 2007 infine, nell’ambito del progetto “Un percorso per la valorizzazione delle aree rurali della Toscana. Beni ambientali e senso di appartenenza ai luoghi”, fu allestito in versione elettronica un itinerario turistico culturale dedicato alla Valdera, un’area che certamente non rientra fra i *landmark* più noti della Toscana, ma scelta proprio per questo motivo (Fig. 7).

Tutti questi lavori, nonostante la diversità delle tematiche, rispondevano a una logica unitaria. D’altra parte l’ARSIA, come si è detto, era un organismo tecnico e l’aspetto culturale non rientrava nelle sue competenze. Fu proprio questo connubio, con probabilità, a suggerire la cornice concettuale entro cui vennero inserite le ricerche, resa esplicita fin dall’inizio. Il nostro fu un lavoro eminentemente culturale, ma non fine a se stesso



Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 7

e comunque del tutto estraneo a elogi o rimpianti del tempo che fu. La finalità, infatti, era quella di offrire – attraverso il recupero della memoria storica del territorio – elementi per sviluppare il senso identitario nella popolazione locale, nella convinzione che qualunque processo di sviluppo improntato su criteri di sostenibilità non potesse prescindere. Il principio di fondo era dunque la convinzione che la memoria storica del territorio fosse una delle componenti più significative della cultura locale e che questa costituisse la base di partenza dei processi di sviluppo consapevole.

Fin dall'inizio mettemmo al centro delle operazioni di valorizzazione della memoria storica il ruolo del paesaggio, espressione fisionomica del territorio, frutto delle interazioni millenarie fra componenti ambientali naturali e opera umana. Il paesaggio dunque, inteso come bene culturale e come risorsa fu, per così dire, una sorta di manifesto.

Tale manifesto peraltro è rimasto in rete fino a tempi recenti, fino a quando cioè il riassorbimento dell'ARSIA nell'Assessorato dell'Agricoltura ha comportato, dopo vent'anni di vita, la chiusura del sito "Antichi mestieri". Nell'attuale sito regionale "Agricoltura, il Blog" figura un elenco aggiornato delle attività a rischio di estinzione con sintetiche schedature e alcuni cenni storici. Anche l'elenco delle produzioni agroalimentari è stato successivamente aggiornato dalla Regione, raggiungendo quota 463. Ciascun prodotto, accompagnato da una sintetica descrizione tecnica con alcuni cenni storici figura nel nuovo sito regionale.

Non nascondo la tentazione di recuperare i nostri lavori, magari collocandoli nel sito web di un laboratorio geografico, completi delle loro motivazioni introduttive, ancora oggi a nostro parere valide e anche quella di riprendere certe fonti, interessanti davvero, che non abbiamo mai avuto il tempo di esplorare in dettaglio.

Il significato e il valore della tradizionalità/tipicità delle produzioni agroalimentari, che alla fine degli anni Novanta potevano ancora essere considerati una scoperta o comunque un'innovazione, ormai appaiono sostanzialmente acquisiti e avere raggiunto per così dire uno stato di "normalità". Al contrario, oggi viene messo l'accento preferibilmente sulla promozione e sulla commercializzazione di produzioni di qualità. Lo conferma la stessa Regione Toscana che, nella presentazione del nuovo sito in sostituzione di quello dell'ARSIA, recita: "In Toscana l'agricoltura è un'attività sviluppata in coerenza con un obiettivo semplice: produrre qualità per vivere in qualità"; e subito dopo aggiunge: "è così che si preservano i territori, l'ambiente, il germoplasma, la cultura gastronomica, le specificità e soprattutto le comunità che rendono viva, ospitale e accogliente questa meravigliosa terra". Il testo continua sottolineando che "il lavoro di tanti si apprezza in modo tangibile attraverso i risultati che vanta l'agroalimentare toscano con 16 DOP e 15 IGP, produzioni considerate al vertice della qualità garantite in egual misura in ogni Stato dell'Unione europea i cui nomi sono riconosciuti come diritto di proprietà intellettuale, ben identificabili dai rispettivi marchi europei". Qualità dunque al centro e focus su alcune produzioni specifiche.

Ulteriore conferma di un'evoluzione negli approcci al tema della tradizionalità/tipicità, recepita come un valore e uno status ormai acquisito, la ritroviamo nella sintetica e quasi diminutiva presentazione che ne viene data nel sito di cui sopra, nella quale, peraltro, la Regione ammette implicitamente anche l'impossibilità di garantire e controllare una così grande ed eterogenea quantità di prodotti:

Vi è inoltre un catalogo che raccoglie 463 Prodotti Agroalimentari Tradizionali che rappresentano una sorta di raccolta storica, un'elencazione di produzioni per le quali è presente una breve descrizione dei principali elementi produttivi e storici. È importante evidenziare che questo elenco non ha lo scopo di garantire i consumatori rispetto a produzioni che si trovano in commercio con lo stesso nome in quanto la produzione degli stessi non è sottoposta a controlli qualitativi o

di corrispondenza alla descrizione presente nell'elenco se non i controlli generali previsti per la sicurezza alimentare degli alimenti e non si fregia di marchi pubblici.

Che la tradizionalità venga ormai stabilmente percepita come dato positivo e come valore aggiunto e dunque che abbia conseguito gli obiettivi di sensibilizzazione a suo tempo prefissati è un dato di fatto, e lo dimostra anche la commercializzazione al dettaglio dei prodotti, dalla quale, tuttavia, emerge anche la conferma di quanto dicevamo sopra. Si prenda ad esempio il caso del Consorzio “Ori di Toscana”: sotto l’egida (peraltro appena accennata) della diffusione e vendita di prodotti tipici, si offrono – stavolta con buona evidenza – prodotti di cui con un marchio specifico si dà garanzia di provenienza e qualità, prodotti “sottoposti a controlli rigorosi, partendo da una corretta gestione agricola dei metodi di coltivazione rispettosi dell’ambiente fino a limitare al massimo l’uso dei prodotti chimici”, e dotati di certificazione di tracciabilità di filiera. Allo stesso modo la “Bistecca della Garfagnana” si propone non tanto come prodotto tipico quanto come prodotto di qualità superiore, indipendentemente da particolari tradizioni garfagnine. Quello che conta insomma e che fa la differenza è ciò che nasce e si produce in un certo luogo anche indipendentemente dalla tradizione.

Ma allora che ne è dell’identità locale legata a determinate specificità? Certo, i prodotti agroalimentari tradizionali/tipici conservano tutto il loro significato e valore: espressione del senso di appartenenza ai luoghi da un lato e di ambasciatori di un territorio dall’altro: assaporare certi prodotti mette davvero a contatto con un certo territorio. Detto questo, l’identità locale storica legata alle produzioni agroalimentari tradizionali oggi è rivisitata in termini di esaltazione della qualità, ossia in qualche modo essa (l’identità locale storica legata alle produzioni agroalimentari tradizionali) viene collocata in secondo piano rispetto a rivendicazioni che meglio rispondono alle esigenze di un mercato sempre più globalizzato ed attento a temi quali la protezione ambientale.

Che i prodotti tipici/tradizionali, riscoperti e sponsorizzati a suo tempo anche per limitare la massiccia presenza nella grande distribuzione di prodotti di massa, belli nell’apparenza e nella confezione ma spesso omologati e privi di gusto, siano ormai universalmente e stabilmente considerati un valore e una ricchezza da difendere, è dunque più che evidente, ma lo è altrettanto il fatto di rappresentare una carta vincente in campo economico. Lo dimostrano anche le grandi catene di supermercati, che hanno creato alcune linee di nicchia più costose in cui si mette in risalto la qualità/tradizione/origine dei vari prodotti.

Il rilievo che oggi viene dato specificatamente alla qualità non rappresenta dunque un arretramento dell’interesse nei confronti dei prodotti tipici/tradizionali ma piuttosto un’operazione capace di ottenere – grazie anche all’immediatezza del messaggio comunicativo e alla sua facile comprensione presso una clientela geograficamente più ampia – risultati più tangibili sul piano propriamente economico, un’operazione dunque forse meno raffinata sul piano culturale ma più incisiva su quello pratico. Un prodotto tipico o comunque tradizionale certamente piace a un consumatore avvertito, ma al momento dell’acquisto di prodotti alimentari prevale l’interesse alla qualità anche se questa ovviamente comporta un prezzo di vendita più alto rispetto al prodotto standard. Sono espliciti a tale riguardo i loghi di alcune produzioni, dove il richiamo al luogo d’origine è lasciato in secondo piano o è comunque generico (Fig. 8).



Fonte: elaborazione e foto dell'autrice.

Fig. 8

In un mercato anche alimentare sempre più globalizzato si gioca in primo luogo l'etichetta generica "toscana", che è quella più riconoscibile ed apprezzata all'estero (dove si ignorano ovviamente distinzioni più specifiche di luoghi), e il rilievo e l'attenzione nei confronti dei prodotti locali dipende sempre più dalla loro possibilità di commercializzazione e di valorizzazione come beni ricercati e quasi in certi casi di lusso. È evidente che le esigenze economiche hanno abbondantemente sovrastato e anche deviato le considerazioni culturali. E questo fenomeno è stato messo in evidenza nella crisi pandemica che stiamo vivendo, che ha valorizzato l'alimentazione come bene e attività di rifugio.

BIBLIOGRAFIA

- Azzari M., Cassi L., Michelacci M., Santini V., Meini M. (2008). *Il patrimonio culturale del mondo rurale. Un percorso per la valorizzazione delle aree rurali della Toscana*. La Valdera, ed. elettronica. Firenze: ARSIA.
- Cassi L. (2003). Antichi mestieri e memoria storica del territorio rurale. In: Noferi M., a cura di, *La memoria delle mani, antichi mestieri rurali in Toscana: dalla salvaguardia a nuove occasioni di lavoro*. Firenze: ARSIA, pp. 39-44.
- Ead., Meini M. (2001). *Alle radici dei prodotti agroalimentari tradizionali della Toscana*. Firenze: ARSIA – Regione Toscana.
- Ead. (2003). The Tuscan rural landscape: Cultural heritage and local development. In: *La durabilité des systèmes ruraux, une construction sociale et culturelle/The sustainability of rural systems, a social and cultural construction*. Actes du colloque de la commission "Le développement durable et les systèmes ruraux" de l'Union Géographique Internationale (UGI). Rambouillet (Francia), luglio 2001, pp. 62-73.

RIASSUNTO: Vent'anni dopo la costituzione del gruppo di ricerca "La memoria storica del territorio rurale" presso il Dipartimento di Studi storici e geografici dell'Università di Firenze in collaborazione con la Regione Toscana, questo contributo intende richiamare un filone di indagini sulle produzioni agroalimentari tradizionali, con particolare riferimento alla storia e al riconoscimento del loro ruolo identitario. Tali produzioni, così come i nomi di luogo, gli insediamenti e la viabilità antica, costituiscono infatti una componente significativa del patrimonio culturale del mondo rurale e dell'identità territoriale storica, assumendo una funzione di rilievo anche nelle pratiche di sviluppo locale. Oggi tuttavia l'interesse nei confronti della tipicità e della tradizione sembra centrarsi soprattutto sull'esaltazione della qualità, sia a livello istituzionale sia a livello di commercializzazione, come suggerisce la definizione di "Ori di Toscana", coniata da un Consorzio presente nella grande distribuzione. Questo contributo vuole offrire uno spunto di riflessione sull'evoluzione delle rappresentazioni identitarie del territorio.

SUMMARY: *From traditional food-farming products to "Tuscan Gold". Aspects of local identifying history*. Twenty years after the setting up of the research team named "La memoria storica del territorio rurale" (The Historical Memory of a Rural Area) in the Department of Historical and Geographical Studies at the University of Florence, with the collaboration of the Tuscan Regional Authorities, this proposal aims at an overview of research on traditional food-farming products, with special reference to the history and recognition of their identifying role. These products like place names, settlements and ancient road networks are a significant component of the cultural heritage of the rural world and historical territorial identity, also taking on a key role in local development. Nowadays, however, interest in typical and traditional aspects seems to foreground the glorification of quality, both institutionally and commercially, as can be noted in the slogan "Ori di Toscana" (Tuscan Gold) invented by a major producer and distributor in the area. This proposal is a starting point for ideas on the development of the identifying representations of a territory.

Parole chiave: Toscana, identità territoriale storica, rappresentazioni identitarie, patrimonio culturale
Keywords: Tuscany, historical territorial identity, identifying representations, cultural heritage

*Università degli Studi di Firenze; laura.cassi@unifi.it