

## I mercati del contadino. Un nuovo modello di organizzazione agricola e territoriale

**Summary:** FARMERS' MARKETS A NEW MODEL OF AGRICULTURAL AND TERRITORIAL ORGANIZATION

*This research aims to investigate "farmers' markets", born from the need to improve conditions in the agricultural sector, in crisis for several decades. This new model of rural market, which the United States spread to the whole world, combines the varied demands of this field and, in particular, promotes local identity through agricultural products and working out also a valuable marketing campaign of territory. In Sicily, which is the region examined in this research, the farmers' markets are object of local government analysis, due to the interesting relationship that the so-called "short distribution chain" establishes between producer and consumer, breaking down expenses one of the biggest problem of agriculture.*

**Keywords:** Farmers' Markets, Agriculture, Rural Development.

### Premessa

La ricerca vuole indagare sui "farmers' markets" o mercati contadini, nati dall'esigenza di migliorare le condizioni del settore agricolo ormai in crisi da diversi decenni. Una esperienza, quella dei mercati contadini, che maturata inizialmente negli Stati Uniti si è diffusa nelle diverse aree del pianeta, acquisendo dimensione globale.

Questo nuovo modello di mercato rurale coniuga le variegate esigenze del settore e in particolare conserva e promuove l'identità locale, assolvendo attraverso i prodotti anche ad una valida operazione di marketing dei luoghi.

I mercati contadini migliorano l'accesso al consumo e rappresentano uno strumento di promozione dei prodotti locali in particolare per i visitatori esterni, i quali riscoprono non solo il territorio rurale ma anche la cultura urbana dei centri storici minori, depositari del percorso umano di ieri e di oggi.

Recentemente il sistema dei farmers' markets è stato disciplinato anche in Italia; inizialmente sono state le regioni settentrionali e via via le altre del centro e del sud. In Sicilia, regione oggetto di questa indagine, i mercati contadini sono oggetto di attenzione da parte delle Amministrazioni locali, non solo perché considerati fattori di sviluppo, anche turistico, dei territori sui quali sono localizzati ma anche per l'interessante rapporto che la cosiddetta "filiera corta", abbattendo notevolmente i costi, principale problema del settore agricolo, istituisce tra produttore e consumatore.

### Agricoltura come problema?

Il settore agricolo presenta e si alimenta di diverse e variegata problematiche poiché i suoi prodotti sono fortemente legati alla ciclicità, dovuta al cambiamento ambientale a breve termine, differenziandosi da quelli industriali. La produzione legata alle stagioni si rivela spesso poco redditizia poiché concentrata al periodo della maturazione. Questa situazione presenta notevoli conseguenze soprattutto per i prodotti deperibili come il crollo dei prezzi nel periodo di saturazione del mercato e la perdita di notevoli quantità di frutta e di ortaggi per mancanza di acquirenti. Un sistema di mercato, quindi, che crea anomale crisi di sovrapproduzione durante i periodi di raccolti scarsi, poiché il notevole aumento dei prezzi rende il mercato alimentare poco accessibile a fasce di popolazione sempre più ampie. I prodotti, in questo caso, restano invenduti perché l'offerta eccede la domanda.

Nei paesi ad economia avanzata si cerca, per equilibrare il mercato interno, di trovare soluzioni alla ciclicità della produzione, con colture precoci e tardive che permettono una certa stabilizzazione dell'offerta nei diversi periodi dell'anno. In questi sistemi economici, il mercato agricolo non trova espansione, poiché la quota di consumo pro capite risulta inferiore alla produzione, mentre l'incremento demografico è modesto o addirittura assente (Grillotti Di Giacomo, 2000). L'aumento del reddito viene indirizzato verso prodotti più esclusivi e di alta qualità, legati ai servizi, mentre viene ridotto l'investimento in acquisti



legati all'alimentazione. Viceversa nei Paesi in via di sviluppo, caratterizzati da una forte pressione demografica, la produzione agricola non sempre è sufficiente, ma il basso livello di reddito pro-capite limita al minimo il consumo individuale.

Il sistema di vendita dei prodotti agricoli è caratterizzato da una rete di operatori che diventa sempre più fitta se si tratta di piccole aziende notevolmente esposte alle fluttuazioni del mercato, diversamente da quelle di maggiori dimensioni che non producono derrate deperibili e che reagiscono prontamente alle crisi congiunturali, riducendo la produzione eccedente o cercando soluzioni alternative.

Le piccole aziende richiedono quindi una catena commerciale complessa che comprende intermediari, grossisti e speculatori che spesso stabiliscono i prezzi i quali aumentano con i diversi passaggi nel circuito di vendita, allargando il divario tra la produzione ed il consumo; questo scarto, generalmente, è in misura doppia rispetto a quello industriale, generando così un vantaggio in quest'ultimo caso al produttore, nel primo al commerciante. Ma, in effetti, i modesti profitti del mercato agricolo dipendono anche da altri fattori come le irregolarità meteorologiche e le calamità naturali che causano la perdita dei raccolti.

Le aziende di piccole dimensioni, alla ricerca di una più elevata produttività, si riuniscono in cooperative sia per organizzare meglio la vendita diretta dei prodotti, sia per gestire aspetti come la concessione di prestiti per favorire l'investimento nell'azienda, la riduzione del rischio legato alla variabilità dei raccolti, l'acquisto di macchinari anche per il trattamento industriale dei prodotti. Strategie tutte per migliorare la produzione agricola e renderla omogenea, con l'obiettivo di ottenere prodotti tipicizzati e standardizzati che possono competere con i mercati di consumo in maniera continuativa.

Il libero mercato in agricoltura determina prezzi bassi e conseguentemente redditi modesti, anche nelle aziende più dinamiche, ciò nei paesi industrializzati dove il rallentamento dello sviluppo agricolo è motivo dello scarso contributo al PIL. Anche la politica di sostegno dei prezzi se da un lato ha evitato situazioni difficili durante i periodi di crisi, dall'altro non ha risolto i problemi del settore, generando ulteriori divergenze tra le grandi aziende che ne traggono i vantaggi e le piccole che non riescono a realizzare utili.

La crisi dell'agricoltura ha condotto a nuove strategie come l'agribusiness, che comprende le biotecnologie, aprendo nuove possibilità di crescita ai prodotti utilizzabili dall'industria (Formica, 1996, pp. 257-265). Inoltre si è avuta una seria

riflessione sulle linee programmatiche della PAC e sugli strumenti adottati per trovare soluzioni ai diversi problemi del settore. Tra questi il noto Libro Verde aveva l'obiettivo di rivitalizzare il mondo agricolo, orientandolo al mercato, sostenendo i redditi agricoli non soltanto attraverso la politica dei prezzi, ma anche tramite le funzioni di presidio del territorio e la conservazione dell'ambiente e delle risorse, favorendo lo sviluppo delle aree arretrate. In quest'ottica si considerava la possibilità di inserimento di attività come l'agriturismo e la costituzione di piccole e medie imprese nelle aree rurali. Il Libro Verde diventò così un'importante punto di partenza per la riforma della PAC, una politica volta alla promozione della qualità dei prodotti, elemento indispensabile per l'agricoltura delle aree arretrate, e alla protezione dell'ambiente naturale con la valorizzazione della silvicoltura e delle attività di trasformazione del legno.

Successivamente con Agenda 2000 si misero in rilievo le differenti problematiche della produttività e l'Obiettivo 5b, relativamente alle aree rurali in declino, si propose di rafforzare la politica di successo già avviata nel 1992 con un approccio legato allo sviluppo sostenibile; un nuovo modello di agricoltura multifunzionale, caratterizzato da una maggiore competitività sui mercati, dalla sicurezza e qualità dei prodotti, dalla possibilità di nuove fonti di reddito complementari per gli agricoltori. Ulteriori interventi derivano dalla riforma della PAC del 2003 e dall'Iniziativa Comunitaria Leader, strumento con il quale si vuole promuovere un modello di sviluppo delle aree rurali dal carattere integrato, endogeno e sostenibile, basato sulla partecipazione della comunità locale. Una politica dal basso verso l'alto "bottom up", con la realizzazione di una partnership interessata allo sviluppo locale e rappresentativa delle esigenze legate al mondo rurale (Mariani, 2005, p. 93).

### **"The farmers' markets"**

I mercati dei contadini iniziano ad operare negli Stati Uniti; dove attualmente se ne contano oltre 4.000, questo modello viene successivamente importato in Europa ed in particolare in Francia, Inghilterra, Germania ed anche in Italia, dove è strettamente legato alla valorizzazione dei prodotti tipici locali. Questi mercati coniugano le esigenze diverse di produttori e consumatori. Per i primi il contenimento dei costi di produzione legati alla stagionalità della vendita diretta; la diminuzione del consumo di energia dovuta al rispetto del ciclo naturale delle stagioni; l'azzeramento dei costi di



trasporto alla vendita su scala locale; altre economie relative alla stabilità della domanda. Per i secondi la possibilità di trovare prezzi contenuti per l'esclusione degli intermediari e di numerosi altri costi connessi alla filiera. Notevole rilievo presenta anche la genuinità e la freschezza dei prodotti, oltre al rapporto di fiducia diretto che si instaura tra agricoltori e consumatori, che porta ad un nuovo modello di tutela delle produzioni agricole, dove l'esigenza dei consumatori da supporto al mondo rurale.

A queste motivazioni si aggiungono la sostenibilità ambientale e l'aspetto socio-culturale, caratterizzato da un sistema di vendita basato sul rapporto diretto con le aziende agricole che permette di riscoprire il fascino del mondo rurale con quelle peculiarità culturali, purtroppo interrotte dai ritmi frenetici dell'era post-moderna. Una riscoperta ed un recupero di tradizioni rurali che possono essere resi possibili soltanto con attività reali che abbiano una concreta collocazione sul mercato e che vadano oltre i parametri di un semplice percorso museale del contadino (Boschetti, 2006, pp. 87-88).

Le iniziative a favore degli agricoltori sono contenute nella linea programmatica comunitaria relativa allo sviluppo rurale 2007-2013, in cui è evidente l'obiettivo di accrescere la competitività agricola e di trovare nuovi canali di sbocco per i prodotti.

In Italia, a livello regionale, l'orientamento è quello di favorire l'istituzione dei mercati contadini e in tal senso si collocano in ordine temporale Alto Adige, Lombardia, Piemonte, Emilia e Romagna, Toscana e Lazio, ma il fenomeno si è esteso anche alle altre regioni del Mezzogiorno, compresa la Sicilia. Questo modello di scambio non ha assunto una connotazione precisa e varia, a seconda della ricettività, dall'azienda di grandi dimensioni, ai piccoli produttori. Sostanzialmente vuole soddisfare le esigenze del "quotidiano" senza particolari interessi in prodotti di nicchia che potrebbero indurre ad ulteriori confusioni, generatrici di speculazioni. L'ottica è quella della tipicità dei prodotti nel senso rafforzativo di legame con il territorio e non in senso di rarità o di esclusività (Aguglia, 2009, p. 16).

Il modello dei farmers' markets (mercati contadini), sta attirando sempre più l'interesse delle Amministrazioni locali ed offre diversi spunti di riflessione. Queste iniziative, infatti, si inseriscono in un processo di trasformazione globale che ha portato ad una generalizzata contrazione dei mercati di quartiere e ad una corrispondente crescita della grande distribuzione organizzata, che si

colloca negli ipermercati, nei grossi centri e poli commerciali. Questo processo, in cui si inserisce anche il diverso ruolo della donna, che ha acquisito spazi sempre più esterni al contesto familiare (Di Blasi, 2009), è dovuto ai cambiamenti di gusto, di vita e alle nuove tendenze dei consumatori moderni, che hanno esigenze totalmente diverse rispetto al passato e ricorrono ad una domanda alimentare sempre più variegata e consona ai nuovi ritmi di vita.

Tuttavia l'appiattimento e la standardizzazione generati dai grandi complessi commerciali ha provocato una controtendenza nei consumatori orientata al passato e quindi alla genuinità alimentare, alle vecchie abitudini ed alla garanzia offerta dai prodotti locali, generando una nuova forma di commercio: i cosiddetti "mercati del contadino" che costituiscono un valore aggiunto all'interno dei centri in cui sono ubicati, poiché permettono di organizzare congiuntamente eventi ed iniziative volti ad una maggiore attrattività dei luoghi.

Relativamente alla legislazione, la l. n. 81 del 11 marzo 2006 chiarisce che gli imprenditori agricoli singolarmente o associati, in possesso dei requisiti richiesti, possono vendere direttamente i prodotti agricoli provenienti dalle loro aziende o su spazio all'aperto nell'ambito della stessa azienda o su qualsiasi area privata di loro disponibilità. Così, ritenendosi iniziative volte anche al rispetto della tradizione e alla costituzione dei mercati, autentici luoghi di scambio, di aggregazione e di reciprocità tra città e campagna, si è estesa anche agli imprenditori agricoli la possibilità del commercio con vendita diretta (Boschetti, 2007, pp. 11-12).

### **I mercati contadini in Sicilia: l'esempio di Mineo**

Ubicato nella parte sud-orientale della piana di Catania, quasi da tramite con il gelese, il territorio di Mineo (245 kmq) occupa, per estensione, il quarto posto fra i 58 comuni della provincia di Catania. L'agglomerato urbano, come la più parte dei centri siciliani che vantano una storia antica, è posto in posizione di facile difesa, in questo caso su un terrazzo naturale, dove un tempo dominava la notevole mole del castello Ducezio di cui ancora oggi si scorgono le rovine, e dal quale si possono apprezzare ampi scenari naturali e la spazializzazione operata dall'uomo con le sue variegata attività economiche. Le strade strette e tortuose, le gradinate, le case, spesso di pregio, e gli edifici adibiti a funzioni pubbliche, che segnano l'andamento del rilievo a formare uno scenario del passato, confermano l'impianto urbanistico medioevale,



conservato anche nelle ricostruzioni successive agli eventi sismici del 1693 che distrussero quasi interamente la città.

A partire dagli anni '50, come in tutte le aree interne del Mezzogiorno, anche a Mineo si è verificato il fenomeno dell'esodo agricolo e rurale, accompagnato da un forte flusso migratorio verso il nord Italia e i paesi europei a più alto tasso di sviluppo. Tale condizione all'inizio degli anni '80 sembrava avere esaurito i propri effetti, anzi si avvertiva un cambiamento di tendenza con il ritorno di uomini e risorse. Questo fenomeno si è presto esaurito e si è verificato il noto effetto di riflusso di Myrdal, così oggi ad emigrare non sono più i contadini e gli operai comuni ma i giovani laureati o diplomati che non trovano speranze in loco.

La popolazione residente è passata da 10.000 unità nel 1951 a poco più di 5000 ai giorni nostri e fra le attività economiche, generalmente fragili, l'agricoltura ha subito un vero e proprio tracollo. Il tasso di disoccupazione si mantiene sempre superiore al 30% e quello giovanile intorno al 70% e sicuramente, l'indice di vecchiaia con 31 nel 1951 e 141 nel 2001 non depone favorevolmente.

In questa situazione di recessione quasi inarrestabile e di spopolamento continuo si sono cercate nuove politiche di stimolo all'economia locale basate sul "genius loci" e quindi ambiente, natura e cultura. Ne sono un esempio il "Natale nei vicoli", ovvero la rievocazione della Natività nei luoghi antichi dove vengono esposti presepi artistici che durante il periodo dicembre-gennaio di ogni anno attirano decine di migliaia di visitatori.

Attualmente favoriti dagli interventi regionali, si sta cercando di vivificare l'economia agricola, con i mercati del contadino ed è stata stipulata nel dicembre 2008 apposita convenzione con l'Assessorato regionale all'agricoltura<sup>1</sup>, che svolge anche un ruolo di coordinamento e un'azione di controllo sanitario e dei prezzi a tutela del consumatore, per la sua realizzazione. La diffusione della filiera corta, infatti, sembra dare un buon impulso al settore agricolo, da tempo in difficoltà, e coniuga tradizione ed innovazione, aspetti fondamentali a cui si collegano le politiche di sviluppo dell'Isola.

In effetti i mercati contadini erano apparsi nel corso del 2007, ma l'anno 2008 rappresenta l'inizio di questa nuova forma di commercio, in un territorio in cui ancora si conserva la tradizione dei mercati storici, esempi ne sono la Pescheria a Catania e l'Ucceria a Palermo, un territorio ricettivo in tal senso con utenti attenti alla genuinità ed alla garanzia di freschezza dei prodotti.

Tradizione che continua nel coinvolgimento degli attori odierni, non più soltanto i produttori,

naturalmente interessati, ma anche le Amministrazioni Comunali in una sorta di collaborazione attiva volta a favorire una delle vocazioni naturali, nonché punto di forza del territorio siciliano: l'agricoltura.

L'esigenza nasce anche dalla necessità di contenere la crescita dei prezzi e la sinergia con i Comuni si pone l'obiettivo di confermare l'origine del prodotto, coinvolgere gli Enti Locali in una sorta di programmazione negoziata, volta a favorire lo sviluppo, e operare attivamente per ottenere spazi riservati nel contesto urbano destinati a questa attività. L'attuale normativa consente l'iniziativa ai singoli produttori agricoli, ai Comuni e al partenariato con i rappresentanti di categoria, Gal e Slow Food, con lo scopo di costituire un sistema che viene istituzionalizzato ed evitare così l'improvvisazione.

La realizzazione dei mercati contadini in Sicilia ha suscitato notevole interesse e si guarda a questa forma di commercio con attenzione poichè, sulla base di esperienze maturate in altre regioni del Paese, il risparmio per il consumatore sull'acquisto dei prodotti è notevole e viene quantificato dal 30 al 50%. Ciò vale anche per il produttore poichè la filiera corta consente il rapporto diretto produttore-consumatore senza figure intermedie che si rivelano onerose, inoltre risulta forte la garanzia di genuinità e freschezza dei prodotti. Tuttavia restano ancora da sciogliere le riserve relative alla concorrenza della Grande Distribuzione Organizzata e alla stessa "mentalità" che dovrebbe mostrarsi ricettiva a questa espressione commerciale; rimane comunque una motivazione essenziale dare un maggiore impulso all'agricoltura, per il ruolo svolto nell'economia e nella salvaguardia dell'ambiente.

Le iniziative condotte dai Comuni dovranno basarsi sulla risposta dei consumatori, che varia da città a città, dalle aree interne a quelle costiere, e in presenza di domanda forte la frequenza dei mercati contadini potrebbe avere cadenza giornaliera, poichè questi consentono di coniugare più attività, da quelle di trasformazione dei prodotti agricoli a quelle divulgative e didattiche legate al territorio in cui si collocano (Vecchio, 2008, p. 39).

Il comune di Mineo ha presentato domanda di partecipazione alla costituzione del mercato contadino scegliendo una collocazione (via F. Crispi) in prossimità del centro storico, fornita di parcheggio e resa accessibile anche dalla periferia con bus navetta e di facile controllo da parte della Polizia Municipale. L'area sarà organizzata nel rispetto dell'essenziale e si porrà percepibile allo sguar-

do dei consumatori con un sistema di 20 gazebo a schiera di natura mobile. La cadenza sarà mensile e verranno commercializzati i prodotti della filiera agroalimentare come confetture, formaggio, verdure e vino; saranno presenti anche prodotti dell'artigianato provenienti da 4 stand messi a disposizione dal Comune, è prevista, inoltre, in caso di domanda, da parte di piccoli imprenditori, una zona artigianale.

A questo sistema, saranno ammessi solo produttori accreditati, riconoscibili attraverso un tesserino identificativo e le derrate verranno selezionate con preferenza per quelle locali. Oltre alle aziende autoctone, potranno fare parte del mercato quelle provenienti da altre aree del territorio regionale e per garantire la tutela del consumatore i beni dovranno essere corredati da attestazione di qualità, costo del prodotto all'origine, spese del trasporto, utile e prezzo finale. Inoltre le strutture dovranno essere distintive del "Mercato" con uno stile evidente e riconoscibile dal materiale, con logo e colori da spaziare dalla gamma del giallo all'arancione per indicare la bandiera siciliana.

Saranno presenti all'interno del mercato attività accessorie quali servizi di informazione e iniziative di aggregazione, con incontri, degustazioni, presentazione di libri con obiettivo la promozione dello sviluppo.

Interessanti, nei suoi variegati aspetti, risulta la realizzazione dei "Mercati tematici" come quello del latte, dell'olio e del vino, con effetto attrattivo per l'organizzazione di trattorie specializzate, obiettivo di una vera e propria missione territoriale di mediazione sociale tra produttore e consumatore. Inoltre un progetto in itinere vedrebbe la realizzazione contestuale del Mercato del contadino con il "Natale nei vicoli", evento culturale già indicato che costituirebbe un feedback autorinforzante per l'economia locale potendo contare sulla presenza di circa 70.000 visitatori.

## Conclusioni

La ricerca ha voluto tracciare una sintesi del percorso dei mercati del contadino con l'intento di indicare possibili interventi per la soluzione dei problemi legati all'agricoltura, settore sempre più aggredito dalla globalizzazione che da un lato ridimensiona gli spazi rurali e dall'altro evoca nell'immaginario collettivo la necessità di ritornare alle tradizioni, come elemento fondamentale dell'identità locale.

La crisi dell'agricoltura legata alle problematiche di mercato, ai costi elevati che hanno in-

debolito fortemente il settore, è stata oggetto di attenzione anche da parte dell'Unione Europea, che con vari strumenti ha cercato di superare gli ostacoli allo sviluppo nelle aree rurali.

Attualmente il nuovo modello di crescita dell'agricoltura locale si indirizza anche sul felice esito dei mercati contadini, nati negli USA e diffusisi in Italia e nelle regioni del Mezzogiorno che con l'approccio diretto tra produttore e consumatore, ovvero la cosiddetta "filiera corta", consente di abbassare i costi legati ai vari passaggi del commercio oltre ad un'azione integrata con i centri minori, valorizzando aree di grande interesse naturale e culturale che promettono una continuità nel tempo e lo sviluppo di sistemi locali con gli elementi tipici del territorio.

## Bibliografia

- Aguglia L., (2009) "La filiera corta: una opportunità per agricoltori e consumatori", *Agriregionieuropa*, anno 5, n. 17, pp. 16-20.
- Boschetti M., (2006) "Nei mercati del contadino la campagna torna protagonista", *Origine*, marzo-aprile, pp. 87-88.
- Boschetti M., (2007) "I mercati contadini fanno un passo avanti", *L'Informatore Agrario*, 1, pp. 11-12.
- Di Blasi E., "La donna nella società: un percorso di evoluzione e cambiamento", in *Atti dell'Accademia Peloritana dei Pericolanti*, Classe di Scienze Giuridiche Economiche e Politiche, vol.LXXVIII, 2009, in corso di stampa.
- Formica C., *Geografia dell'agricoltura*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, 1996.
- Grillotti Di Giacomo M.G., (2000) *Lo sviluppo agricolo nello sviluppo territoriale italiano*, Roma, Società Geografica Italiana.
- ISTAT, *Statistiche della popolazione* ([www.istat.it](http://www.istat.it)).
- Mariani A., (2005) *La geografia della ruralità*, Roma, Nexta Books.
- Vecchio O., (2008) "Mercati contadini è l'anno della svolta", *Terra. Il Multimediale dell'agricoltura*, febbraio-marzo, pp. 39-40.

Siti internet: [www/mercatidelcontadino.it](http://www/mercatidelcontadino.it)

## Note

- <sup>1</sup> L'Assessorato, ha stipulato 42 convenzioni per la realizzazione dei mercati contadini distribuiti in diversi sistemi territoriali comunali: Società consortile "Le cinque valli" con sede a Vallelunga Pratameno (CL); Unione di Bovo Marina, Eraclea Minoa, Torre Salsa, Scala dei Turchi con sede a Siculiana (AG); Ribera con Calamonaci, Villafranca Sicula, Lucca Sicula e Burgio (AG); Unione "Feudo D'Alì" comprendente Raffadali, Sant'Elisabetta, Ioppolo Giancaxio, Sant'Angelo Muxaro (AG); Montevago-Terre Sicane con Montevago, Menfi, Sambuca di Sicilia e Santa Margherita del Belice (AG); Consorzio "Valle dell'Ippari" con sede a Vittoria (RG); Unione "Val d'Himera settentrionale" con Caltavuturo, Scillato e Sclafani Bagni (PA); Unione "Valle del Sosio" con Bisacchino, Chiusa Sclafani, Giuliana, Palazzo Adriano e Prizzi (PA); Unione "Monreale Jets" con Monreale, San Giuseppe Jato,



Camporeale, San Cipirello (PA); Unione "Valle del Torto e dei feudi" Roccapalumba, Alia, Castronovo di Sicilia, Lercara Friddi, Valledolmo e Vicari (PA); Unione "Dall'Eleutero a Rocca Busambra" Marineo, Bolognetta, Godrano, Villafrati e Cefala Diana (PA); Unione del corleonese con Corleone, Campofiorito e Contessa Entellina (PA); Unione "Valle degli Iblei" con Buccheri, Buscemi, Canicattini Bagni, Cassaro, Ferla, Palazzolo Acreide e Sortino (SR); Unione dei Nebro con i comuni di Capo d'Orlando, Sant'Agata di Militello, San Fratello, Caronia, Torrenova e Santo Stefano di Camastra (ME); Unione "Valli Ioniche Peloritane" comprendente Mandanici, Roccalumera, Furci Siculo, Santa Teresa di Riva, Sant'Alessio Siculo, Savoca, Alì Terme, Nizza di Sicilia, Itala,

Scaletta Zanclea, Pagliara, Antillo, Roccafiore, Limina, Forza D'Agrò, Fiumedinisi, Alì e Casalvecchio Siculo (ME); Unione "Valle dei Nebrodi" Galati Mamertino, Tortorici, Castell'Umberto, San Marco d'Alunzio, Caprileone e San Salvatore di Fitalia (ME) e i Comuni di Leonforte (EN); Ragusa, Palma di Montechiaro (AG); Alcamo (TP); Librizzi (ME); Sant'Angelo di Brolo (ME); Cefalù (PA); Agrigento; Lentini (SR); Niscomi (CL); Siracusa; Agira (EN); Sciacca (AG); Castelvetro (TP); Barcellona Pozzo di Gotto (ME), Caltagirone (CT); Caltanissetta; Bivona (AG); Mineo (CT); Trapani; Palermo; Caccamo (PA); Messina; Erice (TP); Castelbuono-Circuito dei Castelli (PA); Nicosia (EN) ([www/mercatidelcontadino.it/.../sicilia](http://www/mercatidelcontadino.it/.../sicilia)).

