

P.R.U.S.S.T - CALIDONE

PROGRAMMA DI RIQUALIFICAZIONE URBANA E SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO



progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari
1^a annualità

Attuazione allegato 16 all'Accordo Quadro "Adempimenti posti a capo del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali"
BURC n. 33 del 15-07-02



Comune di
Benevento



Ministero delle Politiche
Agricole e Forestali

FILIERE

latte - allegato 1/4

vino

olio

florovivaistica

miele e dolciario

tabacco

cereali

carni

ortofrutta - conserve

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Documento a cura di:
Mariagrazia De Gregorio, Antonella Micco, Gianluca Simaldone, Giovino Carpenella

Il § 1.3.2 è stato predisposto con la collaborazione di:
Pietro Spennati

Il § 2.2.1 e le check-list sono state predisposte da:
Dipartimento di Scienze del Suolo, della Pianta e dell'Ambiente dell'Università Federico II di
Napoli in attuazione della convenzione con il PRUSST "Calidone" del 08.06.2004
Ricercatori:
Maria Teresa Fontanarosa, Giuseppe Mazza, Graziella Petrillo
Responsabile scientifico:
Domenico Carputo

Predisposizione dati aziende aderenti al progetto:
Valeria Acierno, Stefano Bardari, Rossella Del Basso

Coordinatore PRUSST "Calidone":
per la predisposizione del documento di filiera:
Luigi Salierno

per la predisposizione dati sulle aziende:
Daniela Palombi

Documento validato ed integrato, nelle riunioni del 14 e 15 gennaio 2004,
dai Consulenti Senior:
**Antonio Angeloni, Francesco Aversano, Roberto Comolli,
Luigi Frusciante, Antonio Pasquale Leone,
Pasquale Lombardi, Massimo Manenti, Francesco Scala**

Direzione del "Progetto Pilota per l'implementazione delle filiere agroalimentari":
Giancarlo Pepe, Massimo Resce

Responsabile del Procedimento PRUSST "Calidone":
Franco Terracciano

Referente MIPAF:
Maria Severina Liberati

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

SEZIONE 1. SETTORE DI INTERVENTO	3
1.1 DESCRIZIONE GENERALE DEL SETTORE.	3
1.1.1 <i>Descrizione politiche di intervento di settore: WTO-PAC-OCM.</i>	4
1.2 DIMENSIONI DEL MERCATO DEI DERIVATI DEL LATTE.	5
1.2.1 <i>Analisi dei consumi.</i>	7
1.2.2 <i>Analisi dei prezzi</i>	9
1.2.4 <i>Concorrenza territoriale (UE ed extra UE).</i>	16
1.3 AMBITO DI RIFERIMENTO	18
1.3.1 <i>Descrizione del territorio di riferimento.</i>	18
1.3.2 <i>Dati economici locali sul settore.</i>	18
1.3.3 <i>Analisi dei marchi e tendenze del mercato</i>	23
SEZIONE 2. PROGETTO PILOTA	29
2.1 LE IMPRESE ADERENTI AL PROGETTO PILOTA	29
2.1.1 <i>Descrizione sinottica imprese</i>	32
2.1.1 <i>Descrizione delle aziende: Cecas scarl-Lattesannio soc. coop. arl-Colagiovanni s.r.l</i>	42
2.2 LA FILIERA LOCALE DEI DERIVATI DEL LATTE	49
2.2.1 <i>Risultati del monitoraggio di primo livello.</i>	50
2.2.2 <i>Grado di completezza e di integrazione della filiera "derivati del latte".</i>	55
2.2.3 <i>Aspetti normativi.</i>	58
2.2.4 <i>Elementi di tracciabilità</i>	60
2.3 ANALISI SWOT	61
SEZIONE 3. STRATEGIA	63
3.1 LA STRATEGIA SCATURENTE DALL'ANALISI SWOT	63
3.2 OBIETTIVI SPECIFICI	63
3.3 PLANNING INTERVENTI DI SUPPORTO PER LA STRUTTURAZIONE DI FILIERA	64
BIBLIOGRAFIA	68

INDICE DELLE TABELLE

TABELLA 1-ANALISI DEI PREZZI (ESPRESSI IN € / KG)	13
TABELLA 2-ACQUISTI DOMESTICI DI FORMAGGI	15
TABELLA 3-DATI DI SINTESI RELATIVI ALLA FILIERA LATTE NELLA PROVINCIA DI BENEVENTO	20
TABELLA 4-PRIMI ACQUIRENTI IN PROVINCIA DI BENEVENTO	21
TABELLA 5-ELENCO AZIENDE FILIERA "DERIVATI DEL LATTE"	29
TABELLA 6- COMUNI DI PROVENIENZA DEL LATTE	43
TABELLA 7- CONTROLLI SUL LATTE	44
TABELLA 8- LATTE CONFERITO (APRILE 2003-MARZO 2004)	45
TABELLA 9- PERCENTUALI DI VENDITA DEL LATTE FORNITO DALLA C.E.C.A.S. S.C.A R.L. ALLA COLAGIOVANNI S.R.L.	47
TABELLA 10- MONITORAGGI EFFETTUATI	50
TABELLA 11- ANALISI SWOT	61

INDICE DELLE FIGURE

FIGURA 1- FLUSSI DEL LATTE PRODOTTO IN PROVINCIA DI BENEVENTO	22
FIGURA 2- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLE AZIENDE MONITORATE DELLA FILIERA "DERIVATI DEL LATTE".	51
FIGURA 3- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI DELLE AZIENDE MONITORATE DELLA FILIERA "DERIVATI DEL LATTE"	52
FIGURA 4- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA ALIMENTAZIONE MICROAREA ALIMENTAZIONE.	52
FIGURA 5- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA ALIMENTAZIONE MICROAREA ALIMENTAZIONE	53
FIGURA 6- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA STALLA MICROAREA LETTIERA.	53
FIGURA 7- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA STALLA MICROAREA LETTIERA.	54
FIGURA 8- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA SALA MUNGITURA.	54
FIGURA 9- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI: MACROAREA SALA MUNGITURA.	55
FIGURA 10- FLOW-SHEET DELLA FILIERA "DERIVATI DEL LATTE"	57

SEZIONE 1. SETTORE DI INTERVENTO

1.1 Descrizione generale del settore.

La filiera lattiero-casearia riveste una grande importanza all'interno del sistema agro-alimentare italiano.

Infatti, la zootecnia da latte assume un importante ruolo relativamente, da un lato, alla possibilità di interagire attivamente con i comparti a monte ed a valle e, dall'altro, alla forte connessione in termini sia economici che sociali con il territorio in cui opera.

Durante gli anni '80/'90, questo comparto ha subito una ristrutturazione interna, ancora non completamente realizzata, che ha portato ad una nuova segmentazione della domanda, ad un diverso scenario competitivo ed a mutamenti di carattere strutturale ed organizzativo che dipendono da:

- progressiva intensa diminuzione degli allevamenti zootecnici, con un incisivo processo di concentrazione dell'offerta di latte;
- costituzione di nuove imprese;
- gli accordi tra i principali gruppi che controllano alcuni tra i più rilevanti segmenti di mercato.

In questa ottica, va evidenziato il punto di forza del comparto lattiero-caseario sannita, che vanta tradizioni antiche di produzione e livelli qualitativi della materia prima elevatissimi, perché con una bassa carica batterica ed un elevato livello proteico.

Come l'offerta di latte di alta qualità, anche quella di prodotti tipici e tradizionali può essere sostanzialmente localizzata nella zona del Fortore, che presenta alte potenzialità sia per una dimensione delle aziende agricole superiore a quella media provinciale sia per una forte vocazione agricola che può essere tradotta in produzioni di alta qualità basate, appunto, sul latte e i suoi derivati.

Il forte radicamento territoriale delle imprese, lo stretto rapporto fra imprese e famiglie, la concentrazione e specializzazione territoriale della produzione, la flessibilità di processo e di prodotto, nonché la fitta rete di relazioni sociali, economiche ed istituzionali presenti a livello locale, possono ingenerare, in questo ambito rurale, un "sistema locale di produzione" dalle molteplici potenzialità.

Tale intento non sarebbe efficace se posto fuori da una visione di insieme dell'intera riorganizzazione socio-economica territoriale della provincia: le risorse economiche, storico-

culturali, sociali, vanno sviluppate in modo da creare un prodotto “territorio” inteso come insieme di beni e servizi offerti dalla provincia sul mercato.

In quest’ottica, si inserisce il progetto inerente la filiera “Derivati del latte” che prevede la possibilità di:

- incentivare l’azione sperimentale presso gli allevatori, presenti nella provincia di Benevento, che producono latte crudo adatto ad essere trasformato;
- coinvolgere aziende presenti sul territorio che si occupano del trasporto, della trasformazione e della commercializzazione dei prodotti lattiero-caseari;
- procedere alla valorizzazione di prodotti tipici e tradizionali (in particolare il Caciocavallo Silano, il Caciocavallo di Castelfranco in Miscano, il Pecorino di Laticauda).

A tal proposito, va specificato che i dati locali e le elaborazioni presentati nel corso di tale progetto saranno relativi, prevalentemente, agli allevamenti bovini dato che, per tale filiera, si sono avute esclusivamente adesioni da parte di aziende agricole con allevamenti bovini, appunto, e non ovini.

1.1.1 Descrizione politiche di intervento di settore: WTO-PAC-OCM.¹

¹ Si rimanda al paragrafo 1.1.1 del progetto “Filiera Latte Fresco-Alta Qualità”.

1.2 Dimensioni del mercato dei derivati del latte.

Come in precedenza affermato, il settore lattiero caseario italiano è un esempio significativo di settore complesso, particolarmente differenziato nelle segmentazioni della domanda e dell’offerta in quanto sull’intero comparto del latte, il regime delle quote² ha senz’altro rappresentato un elemento condizionante sia la dinamica temporale sia quella spaziale della produzione.

Avendo già trattato ampiamente nel corso del progetto il sistema delle quote latte in Italia, in Campania e nella provincia di Benevento, adesso sembra opportuno focalizzare l’attenzione sull’industria di trasformazione del latte, sul lato della domanda e dei consumi dei prodotti derivati da esso

Nell’ambito dell’industria lattiero-casearia, la situazione si presenta piuttosto diversificata.

I dati sul sistema latte italiano, per l’anno 2003, ottenuti combinando insieme le diverse fonti statistiche ufficiali (ISTAT, AGEA) con le valutazioni di ISMEA e Osservatorio Latte, evidenziano una notevole contrazione delle disponibilità complessive di latte destinato alla trasformazione industriale (- 3,4%), il pressoché completo recupero delle importazioni di latte in cisterna (+ 4,2%), mentre l’acquisto sui mercati esteri di cagliate subisce un decisivo tracollo (- 83,2%).

La valutazione di questo dato trova coerente corrispondenza nel decremento produttivo dei formaggi, che diminuiscono del 2,6%, e dei prodotti freschi che perdono “solamente” l’1,1%.

Una parte importante di latte vaccino, a partire dal 2000, è stata resa disponibile dalla minore produzione di formaggi misti, la cui ripresa produttiva nel 2003, si è riscontrata nei quantitativi di formaggi vaccini (-2,8%), mentre il latte ovino è finito, dopo il 2001 compreso, ad alimentare le produzioni di pecorini, portando così ad un riscontrabile consolidamento di queste produzioni.

Nell’impiego industriale, il latte viene indirizzato per il 72,4% verso la trasformazione in formaggi e il restante 1,4% verso la trasformazione in altri prodotti come creme da consumo, latte concentrato e bevande.

Il latte che viene utilizzato, nella produzione di formaggi, si divide a favore delle Denominazioni d’origine (36,8%), mentre ai formaggi generici si indirizza il restante 35,6% delle disponibilità.

² Si rimanda al paragrafo 1.2.1 del progetto “Filiera Latte Fresco-Alta Qualità”.

Se si analizza la ripartizione degli utilizzi del latte in base alla tipologia della pasta, si evidenzia che il 31,9% della disponibilità nazionale complessiva è richiesta per la produzione di formaggi duri, circa l'11% è impiegato per la produzione di semiduri e l'altro circa 30% per i molli.

I formaggi freschi assorbono, nel loro insieme, poco meno di $\frac{1}{4}$ del latte disponibile.

Escludendo la materia prima, destinata alla produzione di latte alimentare, si può verificare come il 92% del latte avviato alla trasformazione casearia sia di origine bovina, circa il 6,8% provenga, invece, da allevamenti ovicaprini e la restante parte, l'1,3%, sia latte bufalino.

Del latte destinato a formaggi, la quota più consistente è destinata a pasta dura, la cui produzione complessiva, nel 2003, si aggira intorno alle 333.000 tonnellate (44,1%).

Alla produzione di formaggi freschi è avviato $\frac{1}{3}$ del latte utilizzato per la caseificazione, che ha portato alla realizzazione di oltre 490.000 tonnellate di prodotti, dando luogo ad una contrazione dell'1,8% circa, che si cumula con quella già realizzata l'anno precedente, e che è in buona parte attribuibile alla sensibile diminuzione dei formaggi vaccini freschi e anche ai vaccini semiduri; per questo anche i formaggi molli, che comprendono anche quelli freschi, fanno propria questa situazione.

I formaggi tutelati, pur mantenendo sostanzialmente inalterato il loro peso nell'economia casearia nazionale, richiamano a sé oltre la metà del latte destinato alla caseificazione e manifestano una leggera ripresa (+0,8%).

Valutando dati provenienti da Assolatte, ISTAT e Consorzi di Tutela, nel corso del 2003, la produzione di formaggi sfiora il 1.100.000 tonnellate; la trasformazione industriale registra una leggera contrazione, rispetto all'anno precedente, equivalente allo 0,7%.

Con riferimento alle 31 DOP nazionali (si aggiunge all'elenco, pur non essendovi dati disponibili, la Spessa delle Giudicarie), si rileva una produzione complessiva pari a 438.850 tonnellate, che da luogo ad un incremento di poco inferiore allo 0,8%.

Sostanzialmente il 60% del comparto è detenuto dai due formaggi Grana; dopo l'inizio degli anni '90 il primato nella produzione è passato in maniera definitiva e molto significativa dal Parmigiano reggiano al Grana Padano: negli ultimi otto anni, quest'ultimo risulta mediamente superiore al Parmigiano di oltre 27.000 tonnellate.

Il Grana Padano è un formaggio che, superate diverse crisi, continua ad aumentare le sue produzioni e contribuisce fortemente alla crescita del comparto tutelato insieme naturalmente all'aumento del numero delle denominazioni.

Nel corso del 2003, il complessivo incremento quantitativo dei tutelati ammonta a 2.500 tonnellate: occorrono gli incrementi, alcuni anche notevoli, di mozzarella di bufala

(+6,7%), Parmigiano Reggiano (+1,8%) e Grana Padano (+0,7%), per compensare i decrementi fatti registrare dalle produzioni di Provolone Val Padana (-10,4%), Pecorino Romano (-3,1%), Caciocavallo Silano (-48,6%), Fontina (-9,5%), Pecorino Toscano (-22,8%), Montasio (-2,2%) e Quartirolo lombardo (-2,6%); queste DOP nel complesso superano le 4.000 tonnellate di decremento sull'annata precedente.

Quantitativamente gli altri formaggi che incidono sensibilmente sulla crescita dell'aggregato sono Asiago (+ 3,2%), Gorgonzola (+0,9%), Pecorino Sardo (+18,3%), Raschera (+ 22%), Monte Veronese (+40%) e Castelmagno (175%).

Per quanto riguarda la mozzarella di bufala, essa persevera nella realizzazione di incrementi notevolissimi: dal 1991 ad oggi ha più che triplicato la produzione.

In conclusione, le produzioni tipiche rappresentano complessivamente il 43% del quantitativo totale dei formaggi nazionali e assorbono oltre 5.000.000 di tonnellate di latte, che, a loro volta, pesano sul latte destinato a formaggi industriali per circa il 55%.

Secondo il coefficiente di trasformazione di questi prodotti, per ottenere un Kg. di prodotto occorrono 4,5 litri in più di quanto non sia necessario per ottenerne pari quantitativo di "formaggio industriale": 12,2 litri per Kg. di "tutelato" contro i 7,7 litri per un Kg. di prodotto generico.

1.2.1 Analisi dei consumi.

Nell'ambito dei prodotti lattiero-caseari si è assistito ad un'accentuata segmentazione della produzione che, attualmente, è in grado di coprire un ventaglio molto ampio di esigenze alimentari: dai prodotti freschi dal sapore delicato, facili da preparare e adattabili alle presentazioni più svariate, agli yogurt; dai dessert, al latte aromatizzato ed arricchito, per concludere con la fetta di mercato legata alla tipicità e genuinità del prodotto e in grado di apprezzare anche i formaggi dal sapore più deciso.

Le tendenze di medio periodo relative ai consumi italiani pro-capite, evidenziano una importante crescita dei consumi di formaggi, una contrazione di quelli del burro e del latte alimentare con tendenza ad una loro successiva stabilizzazione.

Il consumo di formaggi ha mostrato durante il decennio scorso un trend crescente.

Alla base di tale aumento, lento ma progressivo, si può individuare il consolidarsi delle preferenze per alimenti che rispondono alle nuove esigenze del consumatore.

I dati relativi alla spesa media mensile per latte e formaggi dimostrano, soprattutto per il latte, che, a fronte di una diminuzione dei consumi, il valore della spesa corrispondente è

aumentato, segno questo di una produzione sempre più qualitativa e soddisfacente i gusti dei consumatori.

Circa il possibile sviluppo del mercato nazionale, si può asserire che pur essendo il comparto lattiero-caseario maturo per la stragrande maggioranza dei suoi prodotti, tuttavia, il favorevole vissuto di cui questi possono vantarsi, risponde sovente ai comportamenti che risultano ormai radicati, quali contenuti salutistici, qualità, immagine di freschezza e leggerezza, servizio/versatilità, genuinità e tipicità.

Per quanto riguarda i formaggi, molti produttori stanno per lanciare o hanno già lanciato formaggi freschi e molli, facili da consumare e a basso contenuto di grasso che incontrano una domanda estremamente ricettiva.

Si sottolinea, inoltre, tutto il nuovo filone dei consumi extradomestici che stanno assumendo un ruolo determinante per alcuni dei principali prodotti di qualità dell'agroalimentare nazionale, tra cui i formaggi: notevole valorizzazione stanno finalmente ricevendo i formaggi tipici e di nicchia anche nell'ambito di ristorazione, poiché il consumatore è sempre più sensibile a concetti come l'appartenenza alla tradizione gastronomica nazionale, la versatilità in cucina e al "richiamo" del gusto.

Secondo il Panel Ismea/AC Nielsen, i consumi domestici nel 2003, per il totale formaggi, sono diminuiti, rispetto al 2002, del 4,3% in volume (poco più di 623 mila sono le tonnellate acquistate) e del 3,1% in valore.

I consumi complessivi ammontano, in termini monetari, a quasi 5 miliardi di euro.

Nel dettaglio regionale, il Meridione, prima area di consumo del Paese, segna una riduzione, per i formaggi in generale, del 5,3% e un'analoga percentuale si riscontra anche nelle regioni Nord orientali (-5,2%) a fronte di minori contrazioni nel Nord-Ovest (-2,8%) e nel Centro (-3,5%).

Si evidenzia, per il mercato dei formaggi (fatta la sola eccezione di quelli freschi), un momento particolarmente difficile: le contrazioni nel 2003 hanno evidenziato cali per tutti i prodotti tra i quali, in particolare, spiccano le diminuzioni a due cifre del caciocavallo tra i semiduri (-14,5%), del Parmigiano reggiano tra i formaggi duri (-14,3%) e dell'Italico per quelli a pasta molle (-11,2%).

Il mercato dei lattiero-caseari, pure nel 2004, secondo il Panel continuativo Ismea/AC Nielsen mostra un calo degli acquisti, anche se, come evidenziato in precedenza, risulta che i consumi domestici di formaggi DOP duri tipici italiani sarebbero in crescita.

Tale aumento si è registrato in tutte le aree geografiche con percentuali più alte nelle regioni settentrionali e leggermente più contenute nelle regioni centro-meridionali.

Riguardo, invece, i prodotti lattiero-caseari biologici, il mercato in questi ultimi anni sta registrando tassi di crescita di assoluto rilievo.

Nel corso del 2002, gli acquisti domestici di prodotti lattiero caseari biologici sono aumentati di quasi il 27% in termini monetari rispetto al 2001, per un ammontare pari a 76,3 milioni di euro.

Le aziende, infatti, oltre a proporre i consueti e tradizionali prodotti (latte fresco, mozzarelle, stracchini, ricotte, burro, yogurt), stanno investendo in ricerca e sviluppo per offrire prodotti innovativi e ad elevato contenuto di servizio, ciò che fornisce ancora maggiori opportunità di mercato alle imprese.

Quindi, anche se i consumi di alcuni prodotti lattiero caseari stanno attraversando una fase di maturità vi è, al contrario, lo sviluppo contemporaneo di prodotti e di segmenti che, da un lato, offrono al consumatore garanzie di alta qualità e di maggiore sicurezza e, dall'altro, lo attraggono dal punto di vista dell'innovazione, dell'elevato contenuto di servizio e della praticità d'uso.

Le aziende produttrici conseguentemente stanno puntando molto su questi ultimi prodotti, investendo anche ingenti budget in pubblicità per comunicare al consumatore i “plus” della loro produzione di punta.

1.2.2 Analisi dei prezzi

Per effettuare una approfondita analisi dei prezzi si fa riferimento all’indice ISMEA dei prodotti agricoli che viene calcolato su un paniere di oltre 400 prodotti, scelti per la loro significatività in base ai valori dei Conti Economici, su cui è calcolato il sistema di ponderazione.

Tale indice si basa in media su 1.500 quotazioni settimanali provenienti dalla rete di rilevazione ISMEA.

Il peso dei singoli prodotti è misurato attraverso il valore della produzione ai prezzi di base (PPB), mentre quello delle categorie del singolo prodotto si basa sulle quantità offerte (produzione); inoltre, la scelta delle piazze è effettuata in base alla loro significatività.

L’indice dei prezzi all’origine, infine, viene elaborato per varietà/categoria, per prodotto, per il totale delle coltivazioni e degli allevamenti e, infine, per l’insieme dei prodotti agricoli. L’anno base, attualmente utilizzato, è il 1995.

Per quanto concerne i prodotti lattiero-caseari, l'indice ISMEA comprende sia i prezzi del latte alla stalla (di tutte le tipologie) sia una gamma sufficientemente rappresentativa di formaggi.

Nel 2003, complessivamente, si è registrato un calo dell'1,5% che ha attenuato la crescita dell'indice complessivo delle produzioni zootecniche che, peraltro, negli ultimi mesi dell'anno, ha anche subito un certo rallentamento.

Effettuando un confronto con la variazione dell'indice 2003, per le coltivazioni, il settore lattiero-caseario ne esce ancora più "indebolito" in quanto per le prime si registra un incremento di oltre l'8% su base annua.

Anche l'indice generale dei prezzi alla produzione, inoltre, ha registrato un buon risultato (+7%), dopo la perfetta stasi verificatasi nel 2002.

Per quanto riguarda il primo semestre 2004, l'indice per i lattiero-caseari ha perso ancora un 1% rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente, a causa anche della discesa dei prezzi del Parmigiano Reggiano che, nella prima parte dell'anno, ha accusato notevoli cali, dovuti ad un eccesso di produzione e all'immissione sul mercato di ingenti quantitativi di prodotto.

Una tendenza differente dall'indice ISMEA dei prezzi all'origine risulta, invece, dall'indice dei prezzi alla produzione dell'ISTAT, il cui obiettivo, però, è monitorare il mercato industriale e non quello del settore primario.

Nell'indice ISMEA dei **prezzi all'origine** relativo ai prodotti lattiero-caseari, infatti, un forte peso è attribuito al prezzo del latte (di vacca, ma anche di pecora e di bufala) e, di conseguenza, la dinamica di tale ultimo indice appare fortemente condizionata dal mercato delle materie prime, che ha avuto un andamento differente rispetto ai prodotti lattiero-caseari "industriali" e trasformati.

Del resto, anche le stesse rilevazioni ISMEA di alcuni prodotti lattiero-caseari evidenziano, per alcuni prodotti, incrementi di prezzo anche forti nel 2003, come è accaduto per i due principali Grana DOP.

L'analisi dell'indice ISTAT relativo ai prodotti lattiero-caseari, mette in evidenza un diverso andamento, rispetto a quanto sopra affermato, nel 2003 e nel primo semestre del 2004.

Infatti, a differenza di quanto evidenziato dall'indice ISMEA dei prezzi all'origine, la dinamica dell'indice relativo ai prodotti lattiero-caseari nel 2003 risulterebbe in aumento (+1,6%) e sarebbe, secondo l'ISTAT, in linea con l'incremento dell'indice generale.

Il tasso di crescita dell'indice ISTAT relativo ai lattiero-caseari risulta, invece, inferiore all'incremento registrato dal complesso dell'industria alimentare (+2,7%).

Nonostante l'inquadramento in un contesto di difficile "leggibilità", il 2003 è cominciato con una buona spinta proveniente dal segmento dei Grana, che ha consentito almeno un parziale recupero di un mercato che, in linea generale, era comunque privo di slancio.

In particolare, i due Grana hanno iniziato il 2003 sulla scia delle buone *performances* evidenziate alla fine del 2002 e, tramite i loro discreti apprezzamenti, sono riusciti a trainare in un certo qual modo il mercato.

Gli incrementi più significativi sono stati registrati dal Parmigiano Reggiano, che ha presentato oltretutto un ottimo ritmo di collocazione per buona parte dell'anno.

Alla base di questi rialzi vi è stata la scarsa disponibilità di merce nei magazzini che, nonostante l'importante dilagarsi della forbice rispetto al Grana Padano, ha generato una forte propensione all'approvvigionamento da parte degli operatori.

Nei primi mesi del 2004 si sono registrati ancora dei cali di prezzo nel comparto dei Grana; mentre, però, il Padano ha tenuto abbastanza bene riuscendo a risolvere presto le difficoltà mostrate a fine 2003, per il Reggiano le cose sono andate diversamente.

La DOP emiliana, infatti, ha cominciato ad accusare un calo nei listini a partire dal mese di gennaio e da allora la discesa dei prezzi non si è più fermata fino alla fine del primo semestre 2004.

Sulla discesa dei prezzi ha influito senz'altro anche la dinamica di mercato degli ultimi mesi del 2003.

Infatti, gli elevati prezzi del prodotto nel corso del 2003 hanno incentivato il dirottamento di parte della materia prima verso la produzione di Parmigiano Reggiano.

Tale comportamento ha provocato un aumento di offerta, che ha avuto inevitabilmente ripercussioni sui mercati.

Riguardo alle altre principali produzioni, il Gorgonzola ha chiuso un 2003 tutto sommato positivo, dopo il calo delle quotazioni abbastanza rilevante registratosi nel 2002.

Per quanto concerne il Provolone Val Padana, dopo un inizio 2003 stentato, con i listini posizionati su livelli inferiori a quelli del 2002, la situazione è progressivamente migliorata.

Il primo semestre 2004 ha, invece, registrato un lieve cedimento dei listini ed una buona ripresa della produzione che tuttavia non ha ancora raggiunto i livelli precedenti la modifica del disciplinare.

Riguardo al segmento dei prodotti freschi, è molto complesso e puramente indicativo parlare di prezzi di questa eterogenea categoria merceologica; con riferimento alle paste filate fresche, che rappresentano il peso maggiore della categoria, si può comunque osservare che il mercato è sempre più segmentato con l'ingresso di prodotti di maggiore qualità che puntano su caratteristiche di eccellenza e sull'immagine per attirare il consumatore.

In questo senso già da qualche anno aziende anche importanti stanno immettendo sul mercato prodotti di maggiore qualità come la mozzarella STG e il Fiordilatte dell'Appennino Meridionale che è in attesa del riconoscimento della DOP.

A fronte dello scenario appena descritto sui mercati dei caseari all'origine, i **prezzi al consumo** dei derivati del latte nel 2003 hanno proseguito la tendenza inflativa, che li aveva caratterizzati nel corso del 2002, sebbene con tassi di crescita meno elevati.

Secondo l'ISTAT, l'indice dei prezzi al consumo dei prodotti lattiero-caseari è cresciuto meno dell'indice generale e di quello dei generi alimentari.

Nel 2003, quindi, sembra essersi attenuato quel notevole aumento dei prezzi al consumo che aveva caratterizzato il 2002.

A fronte, quindi, di una crescita dell'indice generale del 2,5%, nel 2003 la variazione dell'indice relativo ai derivati del latte ha segnato un +1,4%, valore inferiore di più della metà dell'incremento dell'indice dei generi alimentari (+3,3%).

Ancora una volta, come nel 2002, il comparto che ha registrato il maggior rialzo dei relativi indici è stato quello del latte alimentare che ha segnato una crescita di tre punti percentuali nel 2003.

Tuttavia, i dati relativi al primo semestre 2004 mostrano una variazione tendenziale molto più attenuata anche per il latte alimentare, i cui prezzi sono cresciuti dell'1,3%.

Meno evidente nel 2003 è stato l'incremento di prezzo per burro e formaggio, con tassi di crescita più o meno in linea con la media dell'indice dei lattiero-caseari.

Per i formaggi l'incremento è arrivato al 2,5% mostrando una nuova impennata, superiore anche rispetto all'incremento dell'indice generale, che certo non giova alla crescita dei consumi.

Nel complesso l'indice dei derivati del latte nel primo semestre 2004 ha mostrato una crescita identica al 2003, con valori inferiori sia all'indice generale (+2,2%) sia a quello dei generi alimentari (+3,6%).

L'evoluzione dell'Indice Istat dei prezzi al consumo, risulta sostanzialmente in linea con l'analisi dei prezzi al dettaglio provenienti dal panel ISMEA/ACNielsen sugli acquisti

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

domestici; di seguito viene rappresentata una tabella, relativa ai mesi di Dicembre dell'anno 2003 e dell'anno 2004, contenente i prezzi, per alcuni dei formaggi più importanti del mercato.

Tabella 1-Analisi dei prezzi (espressi in € / kg)

Descrizione	Dicembre 2004	Dicembre 2003
Asiago	0	0
Burro	1,93	2,2
Caciotta	6,02	5,99
Fontal	0	3,75
Gorgonzola	3,52	3,7
Grana padano	5,92	6,6
Parmigiano Reggiano	8,54	10,29
Pecorino romano	4,4	5,03
Provolone	4,61	4,77
Taleggio	4,26	4,16

Ismea 2004

Il mercato dei due grana DOP aveva chiuso il 2002 con un andamento poco favorevole, dopo le buone performance registrate nell'anno precedente.

Nell'anno 2002, infatti, le quotazioni medie dei due prodotti erano scese sui mercati all'origine mediamente del 7% circa e del 3,5% rispettivamente per il Padano (12/15 mesi di stagionatura) e per il Reggiano (1 anno).

Già verso la fine dell'anno, cominciarono ad intravedersi, soprattutto per il Padano, segnali di ripresa, che si sono puntualmente realizzati nei dodici mesi seguenti, nel corso dei quali i prezzi medi annui si sono collocati su livelli di 6,47 euro/kg per il Padano e 9,12 euro/Kg per il Reggiano, con differenziali positivi rispetto all'anno precedente pari al 7,3% e all'11,5% rispettivamente.

Nel corso del 2003, la maggiore accelerazione dei prezzi del Reggiano rispetto al Padano ha inoltre consentito un ampliamento della forbice di prezzo tra i due prodotti, che è passata dai 2 euro/Kg. del settembre 2002 ai 3,37 del gennaio 2004.

A fronte di questo scenario, il 2004 si è aperto molto male per il Parmigiano Reggiano, che ha visto crollare le sue quotazioni.

L'incremento produttivo e l'eccesso di offerta ha continuato ad influenzare le quotazioni anche nel primo quadrimestre 2004, quando la produzione è cresciuta di quasi il 4% ed i consumi domestici hanno mostrato ancora evidenti segnali di arretramento.

Le quotazioni sono scese precipitosamente nei primi sei mesi del 2004, fino ad arrivare in giugno al livello degli 8,33 euro/Kg.

Nel primo semestre 2004, invece, il Padano ha mostrato, sia pure con difficoltà, di tenere maggiormente, accusando un calo maggiore soltanto nel mese di gennaio.

Grazie ad immediati provvedimenti di contenimento della produzione, all’inizio del 2004 si è, quindi, posto subito rimedio ad una situazione temporaneamente critica.

Le quotazioni sono, pertanto, giunte lentamente su livelli di 6,14 euro al Kg. nel mese di giugno.

In seguito a questi andamenti, la forbice di prezzo tra i due grana è diminuita di oltre un euro al Kg, portandosi sempre nel mese di giugno sui 2,19 euro al Kg.

Il mercato all’origine del Gorgonzola e del Taleggio, altri due formaggi DOP accomunati da un target di riferimento piuttosto simile, ha presentato nel 2003 un andamento soltanto in lieve crescita se non stabile a cui si è contrapposto un calo, in controtendenza con l’andamento degli altri formaggi, dei prezzi al consumo.

Questi ultimi, inoltre, hanno proseguito la loro contrazione, sia pure in misura diversa, anche nella prima metà del 2004.

Tutto ciò ha consentito di ridurre l’ampiezza della forbice tra prezzi al dettaglio e prezzi all’origine e, quindi, di ridurre i margini distributivi.

Per quanto riguarda, invece, il mercato dei formaggi freschi, esso risulta particolarmente difficoltoso da esaminare per una serie di ragioni.

Innanzitutto, per l’elevato livello di veicolazione attraverso canali corti, l’alto grado di utilizzazione nei canali della ristorazione collettiva ed il notevole utilizzo come ingrediente in molte preparazioni.

Inoltre, per i prodotti a pasta filata fresca, che rappresentano la categoria più importante di questo segmento, esiste una percentuale molto elevata di prodotto venduto in promozione e vi è una produzione diffusa su tutto il territorio nazionale, che implica notevoli differenze di prezzo a seconda dei differenti mercati locali e dei diversi canali distributivi.

Un discorso a parte merita il mercato nazionale dei formaggi ovini che, nel 2003, è stato caratterizzato da un forte periodo di crisi che si è riflessa su già bassi livelli dei prezzi ma anche su altri fattori tra cui i consumi interni e la domanda estera.

In questo contesto, i prezzi all’origine dei principali prodotti, in alcuni casi (come quello del Pecorino Romano) hanno perso terreno in maniera abbastanza consistente, mentre altri prodotti sono riusciti a tenere di più, grazie al loro elevato contenuto di tipicità e all’interesse proveniente anche da mercati extraregionali.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

1.2.3 Analisi dei canali distributivi

Quanto ai canali distributivi, quello più utilizzato per la vendita di formaggi risulta essere naturalmente quello degli Iper e Supermercati, con un’incidenza sul totale di oltre il 62%, mentre per i formaggi Dop questa aliquota è di poco inferiore, a testimonianza del fatto che ormai anche per i formaggi di qualità la GDO copre un ruolo di assoluto rilievo.

Infatti, la Grande Distribuzione Organizzata sta avendo un ruolo importante proprio in questo senso, favorendo la conoscenza e il consumo di prodotti che possono così essere venduti anche molto lontano dai luoghi di produzione, con vantaggi sia per le aziende produttrici (maggiori vendite) che per il consumatore (conoscenza e consumo di prodotti che altrimenti non sarebbero facilmente reperibili).

Gli acquisti di formaggi nel canale iper+super risultano, però, in diminuzione (-4%), con percentuali di decremento non troppo distanti nelle Superette e nei Discount (-3,3 e -5% rispettivamente).

I cali, invece, più consistenti si sono registrati nei negozi tradizionali e in quelli specializzati, con percentuali di decremento intorno al 17%.

In generale, riguardo a tutti i canali distributivi, si può osservare che si registrano percentuali di calo inferiori alla media più per i formaggi Dop che non per quelli non marchiati; ciò si è verificato nel canale dei Super ed Ipermercati, nei Discount e nei negozi specializzati.

Questo fenomeno sta ad indicare che in un momento comunque non favorevole caratterizzato da prezzi in salita, i formaggi Dop riescono meglio a contenere le perdite grazie alla sempre maggiore ricerca da parte del consumatore di prodotti garantiti e certificati.

Tabella 2-Acquisti domestici di formaggi

Gli acquisti domestici di formaggi nei primi 7 mesi del 2004						
<i>(in tonnellate, .000 di euro, var. % sul pari periodo 2003)</i>						
	Quantità			Valore		
Totale formaggi duri tipici italiani	2004	2003	Var. %	2004	2003	Var. %
Totale Italia	44.397	42.665	4,1	481.830	452.051	6,6
Nord Ovest	12.327	11.591	6,3	133.144	122.251	8,9
Nord Est	9.544	9.168	4,1	105.951	98.250	7,8
Centro	8.798	8.476	3,8	98.944	94.513	4,7
Sud +Isole	13.729	13.433	2,2	143.791	137.036	4,9
Canali distributivi						
Supermercati+ipermercati	28.780	28.566	0,7	312.527	303.969	2,8
Liberi Servizi	2.788	2.791	-0,1	31.917	30.315	5,3
Discounts	3.910	3.248	20,4	36.579	29.790	22,8
Negozi tradizionali	3.450	2.671	29,2	38.960	29.725	31,1
Negozi specializzati	2.516	2.398	4,9	29.906	27.489	8,8
Ambulanti/Mercato Rionale	2.179	2.439	-10,7	23.703	24.831	-4,5

Ismea 2004

Il canale moderno risulta, quindi, sempre più importante per la vendita dei prodotti Dop, “tipici” e biologici, cosa che fino a qualche tempo fa era prerogativa di negozi specializzati, se non esclusivamente dei produttori.

Sono oggi reperibili, quindi, nel canale moderno formaggi Dop anche meno noti e vi è sempre di più la presenza di prodotti tipici di determinate zone di origine grazie all’introduzione in ormai molte catene di linee a marchio del distributore sui prodotti tradizionali, di cui i formaggi sono una rilevante categoria.

Inoltre, i prodotti lattiero caseari biologici sono sempre più presenti nella GDO in quanto essi rappresentano il comparto dei prodotti bio a più alto consumo, in un contesto in cui la grande distribuzione sta progressivamente aumentando il numero di referenze di prodotti biologici in generale.

A livello di disaggregazione territoriale, le aree dove maggiore è stato il decremento degli acquisti domestici sono state il Nord Ovest e il Sud Italia.

Sia per i formaggi Dop che per i non marchiati, il più forte calo si è registrato nel Sud Italia, con tassi di decremento superiori alla media, mentre il calo più contenuto si è avuto nel Nord Est per quanto riguarda i formaggi Dop.

1.2.4 Concorrenza territoriale (UE ed extra UE).

Il mercato estero offre notevoli opportunità di sbocco al segmento dei formaggi.

In alcune importanti economie o in determinati paesi emergenti, sostanzialmente importatori di formaggio, si è registrato dal 1998 al 2001 un incremento dei consumi pro-capite annuali di tale prodotto.

Generalmente, in tali contesti, si osserva che, a fronte di tale incremento, vi è una stabilità se non una diminuzione dei consumi di uova e carne: pertanto, dal confronto dell’andamento dei consumi pro-capite dei formaggi con quelli dei beni in una qualche misura ad essi succedanei (almeno in termini di alternativa proteica della dieta), scaturisce uno scenario che non può che essere interpretato favorevolmente per lo sviluppo dell’export di formaggi italiani.

Nell’ambito del commercio internazionale, non è da sottovalutare il potenziale sviluppo dei nuovi mercati rappresentati dai paesi asiatici, ma anche dai paesi dell’Est europeo, nei quali attualmente il mercato dei formaggi è in via di sviluppo, sia per la crescita economica in atto, sia per l’avvicinamento a modelli alimentari occidentali che, necessariamente, porterà anche allo sviluppo di nicchie di mercato potenzialmente sensibili ai prodotti di qualità.

Riguardo al mercato comunitario dei formaggi, le previsioni della Commissione Europea, forniscono un quadro sufficientemente ottimistico dello sviluppo di tale mercato: sebbene ad un tasso meno intenso di quello fatto registrare nel 2000 e 2001 (+7% in due anni), il consumo pro-capite di formaggi è previsto crescere da 18,7 del 2002 a circa 20 kg pro-capite nel 2010.

La bilancia commerciale del comparto lattiero-caseario nazionale è strutturalmente passiva, ma sta mostrando nel periodo recente dei miglioramenti, dovuti soprattutto ai positivi risultati conseguiti dai formaggi.

Relativamente al segmento dei formaggi, nel periodo 1995-2001, le esportazioni sono aumentate del 90%, mentre le importazioni del 18% circa.

Il principale mercato di sbocco delle produzioni nazionali di formaggio è rappresentato dai paesi partner dell’Unione Europea.

Analizzando l’andamento della bilancia commerciale nazionale per le varie tipologie del prodotto nel periodo tra il 1996-98 e il 1999-02, si ha che il risultato più rilevante è quello della categoria a cui appartengono i formaggi duri: il saldo (positivo) tra export ed import è aumentato in volume di circa il 40%, considerando gli scambi con tutti i paesi, compresi gli extra UE; se per la stessa categoria si tiene conto dei soli scambi con i 15 Paesi UE, il risultato è decisamente migliore in termini di incremento in volume, segno questo che negli ultimi anni si è riusciti, in Europa, a ben promuovere i formaggi duri made in Italy.

Buoni sono anche i risultati ottenuti dai formaggi a pasta erborinata e grattugiati: in questo caso la differenza tra sbocchi commerciali europei e mondiali è pressappoco simile, segno che le politiche commerciali sono state analoghe su entrambi i fronti.

In termini negativi, invece, si deve segnalare la forte penetrazione sul mercato nazionale realizzata da yogurt, formaggi semiduri, formaggi fusi e formaggi freschi.

In generale, negli ultimi anni, i formaggi italiani si sono quindi mostrati capaci di conquistare spazio nei mercati europei e internazionali, malgrado i drastici tagli effettuati dalla Commissione sulle restituzioni all’export e nonostante una posizione piuttosto vulnerabile degli esportatori, causata dalla frammentazione aziendale e dall’accentuata dispersione commerciale.

1.3 Ambito di riferimento

1.3.1 Descrizione del territorio di riferimento.³

Per quanto riguarda la produzione di prodotti lattiero-caseari, nell'intera provincia di Benevento sono presenti, in particolare nelle zone della Valle Telesina e del Fortore, circa 300 allevatori i quali producono latte crudo che viene venduto e trasformato in prodotti lattiero-caseari.

Infatti, anche se la filiera lattiero-casearia in provincia di Benevento è presente in buona parte dei comuni che la compongono, il sistema dei rapporti tra le diverse figure che costituiscono la filiera stessa (allevatori, caseifici, grossisti, distributori) trova la sua massima espressione nelle zone che rientrano nelle aree del Tammaro, del Fortore, delle Valli Caudina e Telesina.

Le aziende sannite contraddistinte dall'allevamento bovino, sono prevalentemente dirette dal capo dell'azienda coadiuvato dai familiari; solo raramente si ricorre all'utilizzo di manodopera extra-aziendale.

La maggior parte delle aziende presenta una dimensione aziendale medio-grande e dispone di una superficie di almeno 10 ettari.

1.3.2 Dati economici locali sul settore.

Il comparto lattiero-caseario è caratterizzato da una forte disparità regionale, che vede contrapporsi una zootecnia dinamica e razionale, generalmente di pianura e situata nel settentrione, ad una zootecnia stagnante, di montagna, caratterizzata da livelli produttivi bassi e mal collegata con le fasi a valle della filiera.

Tuttavia, nel Meridione - dove in termini assoluti il peso regionale della produzione lattiera assume valori piuttosto bassi - esistono anche delle realtà localizzate con un rilevante ruolo economico, ambientale e sociale dell'allevamento zootecnico: molto spesso queste realtà presentano un legame molto forte con il territorio e sono state in grado di sviluppare piccole filiere legate a prodotti di qualità con circuiti commerciali corti o cortissimi che, adeguatamente supportate, potrebbero ulteriormente ampliarsi garantendo interessanti sbocchi di mercato.

³ Si rimanda al paragrafo 1.3.1 del progetto "Filiera Latte Fresco-Alta Qualità".

La permanenza di una zootecnia di montagna è un obiettivo da perseguire, in quanto essa ha un ruolo estremamente importante nel presidio e nella manutenzione delle aree svantaggiate e difficilmente valorizzabili mediante attività alternative.

Oggi, si sta assistendo ad un tendenziale allineamento delle quotazioni del latte di produzione nazionale ai valori registrati all’estero.

L’Italia resta, comunque, strutturalmente un paese importatore, pertanto si presume che il prezzo manterrà comunque un differenziale rispetto ai prezzi dei principali paesi fornitori pari almeno al costo di trasporto (stimabile in 2,5-3,5 euro/ettolitro).

La zootecnica campana poteva contare nel 2000 (ISTAT) su oltre 68.439 vacche.

Nel periodo 1990-2000 il potenziale produttivo, espresso come vacche allevate, si è ridotto del 50% circa.

Nel complesso, il comparto latte bovino raggiunge una PPB a prezzi correnti intorno ai 74 Meuro (pari al 2,5% circa del totale della PPB regionale).

Delle unità di trasformazione presenti, molte sono di tipo familiare, soggette ad alti costi di produzione e sono interessate da un fenomeno di progressiva fuoriuscita dal settore.

Si pone, pertanto, il problema di sostenere i processi di ristrutturazione del settore in modo da salvaguardarne la capacità produttive attraverso la maggiore concentrazione delle unità produttive e la razionalizzazione dei processi.

La Campania, considerando la domanda regionale di latte alimentare bovino, risulta deficitaria nella produzione, mentre i formaggi di provenienza extraregionale costituiscono almeno il 70% del quantitativo consumato.

Va inoltre considerato che, alla luce della riforma di medio termine della PAC, vi sarà una riduzione del prezzo del latte bovino che non sarà adeguatamente controbilanciata dall’introduzione dei pagamenti diretti e dei pagamenti supplementari.

Entrambe le considerazioni inducono a continuare a sostenere la razionalizzazione del settore.

Per quanto riguarda i dati relativi alla filiera latte in provincia di Benevento, che sono stati dettagliatamente trattati nel paragrafo 1.3.2 del progetto, di seguito viene presentata una tabella di sintesi in cui emerge la produzione totale delle quote latte dell’intera provincia, pari a 60 milioni di chilogrammi, il numero di produttori assegnatari di quote (1.700) e soprattutto il dato relativo all’esistenza di 36 primi acquirenti del latte prodotto in provincia.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Tabella 3-Dati di sintesi relativi alla Filiera Latte nella provincia di Benevento

DATI DI SINTESI RELATIVI ALLA FILIERA LATTE PROVINCIA DI BENEVENTO	
Quote latte	60 mln (Kg)
N° produttori latte assegnatari di quote	1.700
I primi 100 produttori con quota individuale maggiore di 100.000 kg	detengono il 30% del totale quote provincia
N° Primi acquirenti di latte prodotto in provincia	36

N/s elaborazione su dati Agea

Un aspetto importante, concernente la struttura della filiera del latte, fa riferimento alla problematica dei rapporti di potere contrattuale tra le imprese nelle diverse fasi della filiera.

Per dare un quadro di massima di tale aspetto, è stato considerato sia il numero delle imprese operanti lungo la filiera, sia i flussi commerciali relativi alla produzione di latte della provincia di Benevento.

Sotto il profilo della numerosità degli imprenditori, si può notare come vi siano delle profonde differenze tra i diversi stadi attraverso cui si articola la filiera: l'elevata numerosità nella fase agricola (1.700 produttori circa) e l'esiguità, invece, del numero di imprenditori presenti nella fase posta a valle rispetto al settore primario (durante la campagna latte 2002-2003 ci sono stati 36 "primi acquirenti"), che evidenzia una struttura ad "imbuto" della filiera del latte, struttura tipica di molte filiere agro-alimentari.

L'analisi del numero di imprenditori presenti in ciascuno stadio della filiera permette di avere una prima impressione circa il diverso potere contrattuale che ciascun settore è in grado di detenere nei rapporti intrattenuti con i settori posti "a valle" e "a monte".

Semplificando, tale potere contrattuale consiste nella capacità di un venditore o di un compratore di influenzare a proprio vantaggio i diversi elementi dello scambio e, dunque, non soltanto il prezzo ma anche altri elementi quali i flussi produttivi, la qualità del prodotto scambiato, la ripartizione dei rischi.

Il potere contrattuale determina, dunque, la modalità di svolgimento dei rapporti verticali tra imprese e, quindi, anche le modalità attraverso le quali il prezzo finale del prodotto si ripartisce tra i diversi settori che compongono la filiera.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Generalmente, più numerosi sono gli operatori presenti in ogni settore e minore è il potere contrattuale di cui il settore stesso è dotato nei rapporti con gli altri settori, sia all'interno della filiera che all'esterno.⁴

Pertanto, sulla base di un indicatore di carattere puramente quantitativo, quale la numerosità dei soggetti imprenditoriali, si può affermare che è il settore primario a risentire maggiormente della sua base decisionale notevolmente frammentata e che lo pone in una situazione di inferiorità contrattuale sia nei confronti dei settori fornitori di fattori produttivi che di quello della trasformazione.

Tabella 4-Primi acquirenti in provincia di Benevento

FORMA GIURIDICA	PRIMI ACQUIRENTI			EXTRA PROVINCIA BENEVENTO TRASFORMATORI
	PROVINCIA DI BENEVENTO		TOTALE	
	TRASFORMATORI	NON TRASFORMATORI		
DITTE	5	2	7	2
SOC.DI PERSONE	2	1	3	5
SOC.DI CAPITALI	6	1	7	6
COOP		3	3	3
TOTALE	13	7	20	16

N/s elaborazione su dati Regione Campania

I "Primi Acquirenti" sono rappresentati dalle ditte che ritirano latte direttamente dagli allevatori; per poter svolgere tale compito essi devono essere appositamente riconosciuti ed iscritti nell'Albo regionale all'uopo predisposto.

I "Primi Acquirenti" sono tenuti, tra l'altro, ad istituire un'apposita contabilità di magazzino da cui risultino i conteggi del latte ritirato dai produttori in modo da poter correttamente sottoporre le quantità ritirate, eccedenti la quota, al regime del prelievo supplementare.

Per inosservanza della normativa comunitaria e nazionale in materia di quote latte è previsto a carico delle ditte acquirenti, oltre all'applicazione di specifiche sanzioni pecuniarie amministrative, la revoca del riconoscimento.

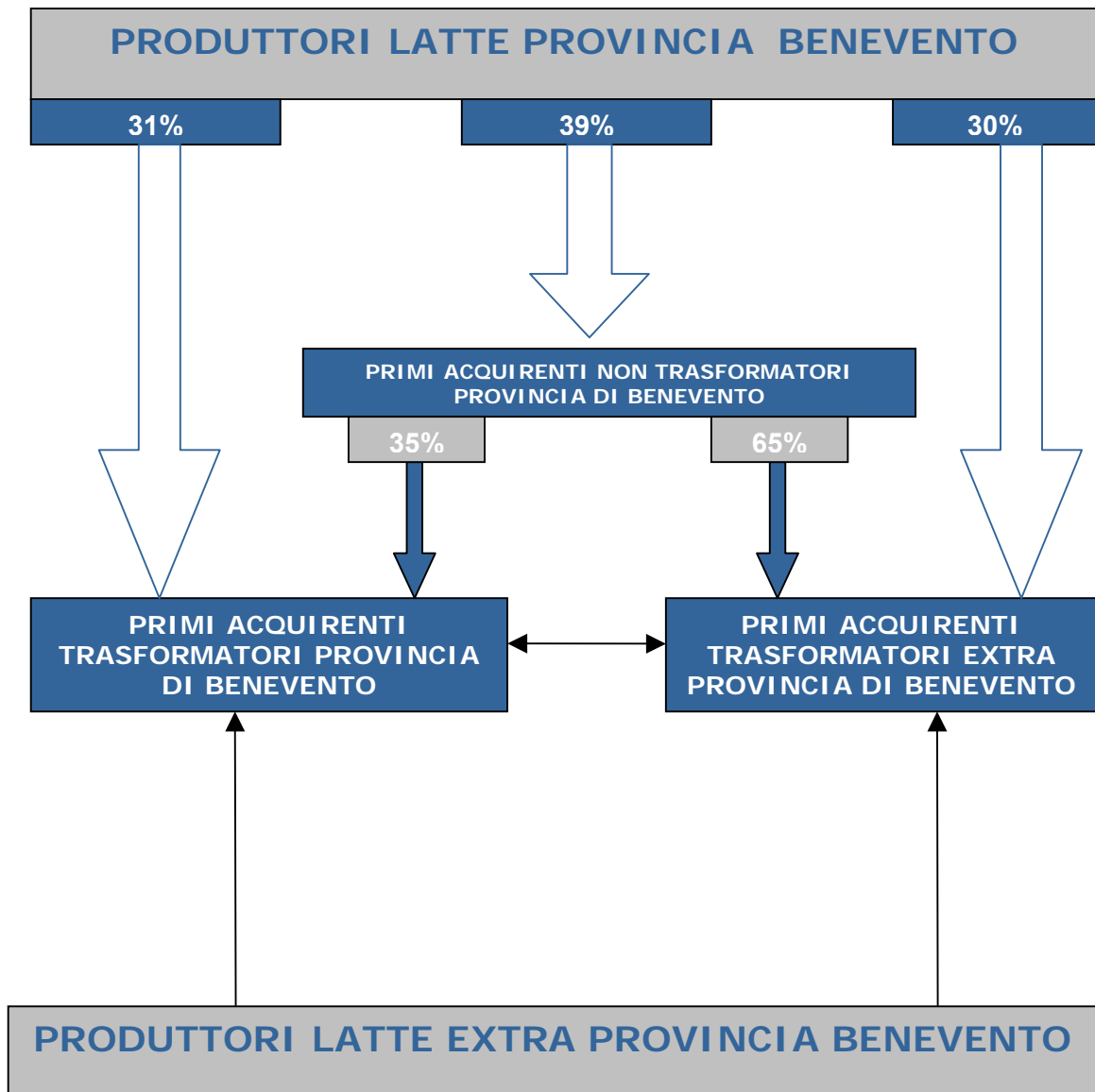
Da sottolineare che 16 primi acquirenti trasformatori non operano in ambito beneventano, ma provengono da altre province.

⁴ Si deve però tenere presente che il collegamento tra struttura di mercato di un determinato settore della filiera – e in particolare il numero dei soggetti imprenditoriali in esso presenti – e potere di mercato del settore stesso nei confronti di altri settori della filiera non esiste sempre un collegamento così stretto, dovendo al contrario essere presi in considerazione anche una molteplicità di altri fattori.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Lo schema seguente illustra, in maniera precisa, il percorso dei flussi del latte prodotto a livello provinciale, distinguendo tra i primi acquirenti trasformatori e non, della provincia di Benevento e gli acquirenti trasformatori extra-provincia di Benevento.

Figura 1- Flussi del latte prodotto in provincia di Benevento



N/s elaborazione su dati Regione Campania

1.3.3 Analisi dei marchi e tendenze del mercato

La produzione lattiero-casearia italiana vanta una gamma di 31 marchi DOP (incluso la Spresa delle Giudicarie) destinata ad allargarsi ulteriormente ed è, oggi, considerata tra le più qualitative e diversificate a livello mondiale, nonostante frequentemente non goda della notorietà adeguata.

Considerando che generalmente i prezzi sul mercato internazionale delle produzioni DOP italiane sono più alti di quelli degli altri formaggi, la costante capacità di conquistare nuovi mercati senza sacrifici in termini di prezzo può trovare spiegazione solo nel fatto che la loro maggiore competitività non è basata sulla semplice leva del prezzo, bensì su meccanismi commerciali più complessi, come la qualità o il cambio favorevole per i Paesi importatori.

Visti i brillanti risultati raggiunti da questo settore, risulta inevitabile continuare a basare la competitività dei prodotti lattiero caseari nazionali sulla valorizzazione dei prodotti tipici, mediante marchi riconosciuti a livello internazionale e ben propagandati che siano capaci di contraddistinguersi.

La conferma che questa sia la strada migliore viene dal fatto che le spedizioni di formaggi italiani DOP verso i mercati stranieri sono migliorate.

I prodotti lattiero-caseari, in particolare i formaggi, occupano un posto importante tra le centinaia di prodotti registrati con i marchi comunitari creati nel 1992 per valorizzare la qualità dei prodotti agricoli e contribuire a rafforzare la competitività del settore agroalimentare europeo.

Si tratta di prodotti fabbricati con tecniche riconosciute e legati ad una zona geografica particolare nelle fasi della produzione, della trasformazione e dell'elaborazione (denominazione d'origine protetta - DOP) o in almeno una di queste fasi (indicazione geografica protetta -IGP), o di prodotti la cui specificità è dovuta a un metodo di produzione o ad una composizione tradizionale senza essere legata ad una zona particolare (specialità tradizionale garantita - STG).

Infatti, un prodotto è da considerare realmente tipico solo se possiede determinati caratteri di qualità (specificità) e se soddisfa l'esistenza contemporanea dei seguenti caratteri distintivi:

- **Memoria Storica:** si intende tutto ciò che permette di ricostruire la storia del prodotto e di testimoniare la sua appartenenza alla cultura locale (Libri, riferimenti storici, ecc). Un prodotto è quindi tipico, quando oltre a possedere gli altri 3 caratteri, è frutto della storia e delle tradizioni del luogo di produzione.

- **Localizzazione Geografica:** le condizioni ambientali in un'area geografica imprimono ad un prodotto caratteristiche non riproducibili in altri luoghi; esse diventano, quindi, fattore di primaria importanza nel determinare la sua tipicità.
- **Qualità della Materia Prima:** particolare importanza spetta alla qualità del prodotto; a tal riguardo, caratteristiche dominanti sono la razza, nel caso di derivati zootecnici, e la cultivar, nel caso dei prodotti da derivazione più strettamente agricola.
- **Tecniche di produzione:** questo fattore per i prodotti agricoli ed, in misura maggiore, per i prodotti trasformati, assume un valore primario.

In particolare, i marchi riconosciuti a livello europeo per i formaggi sono i seguenti:

1) **Marchio DOP**

In base al Reg.CEE 2081/92 la Denominazione d'Origine Protetta (D.O.P.), definita come "il nome di una regione o luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese" è riservato ai prodotti agricoli o alimentari con esclusione dei prodotti liquorosi, che siano originari di tale regione, luogo o paese e "la cui qualità o le cui caratteristiche siano legate all'ambiente geografico, comprensivo dei fattori naturali ed umani, la cui trasformazione ed elaborazione avvenga nell'area geografica delimitata". Affinché un prodotto di possa fregiare del marchio DOP, è necessario, tra l'altro, che venga ottenuto attenendosi ad severo disciplinare di produzione e che sia sottoposto ai previsti controlli da parte di organismi di certificazione autorizzati.

Di seguito, vengono elencati i formaggi italiani DOP con la regione di provenienza:

Asiago: Trentino-Alto Adige, Veneto

Bitto: Lombardia

Bra : Piemonte

Caciocavallo Silano: Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia

Canestrato Pugliese: Puglia

Casciotta d'Urbino: Marche

Castelmagno: Piemonte

Fiore Sardo: Sardegna

Fontina: Valle d'Aosta

Formai de Mut dell'Alta Val Brembana: Lombardia

Gorgonzola: Lombardia, Piemonte

Grana Padano: Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Trentino-Alto Adige, Veneto

Montasio: Friuli-Venezia Giulia, Veneto

Monte Veronese: Veneto

Mozzarella di Bufala Campana: Campania, Lazio

Durazzano: Piemonte

Parmigiano Reggiano: Emilia Romagna, Lombardia

Pecorino Romano: Lazio, Sardegna, Toscana

Pecorino Sardo: Sardegna

Pecorino Siciliano: Sicilia

Pecorino Toscano: Lazio, Toscana, Umbria

Provolone Valpadana: Emilia Romagna, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Veneto

Quartirolo Lombardo: Lombardia

Ragusano: Sicilia

Raschera: Piemonte

Robiola di Roccaverano: Piemonte

Taleggio: Lombardia, Piemonte, Veneto

Toma Piemontese: Piemonte

Valle d'Aosta Fromadzo: Valle d'Aosta

Valtellina Casera: Lombardia

2) Marchio IGP

Il Reg.CEE 2081/92 riserva l'Indicazione Geografica Protetta (IGP), definita come "il nome di una regione o di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese" ai prodotti agricoli o alimentari che siano originari di tale regione, luogo o paese e "di cui una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica possa essere attribuita all'origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengono nell'area geografica delimitata".

Si tratta di un marchio collettivo che si differenzia dalla DOP in quanto è necessario che una sola fase del processo produttivo avvenga in una determinata area geografica. Anche in questo caso, i prodotti che si fregiano del marchio IGP devono essere ottenuti con uno specifico disciplinare ed essere sottoposti a controlli.

3) Attestazione di Specificità o Specialità Tradizionale Garantita

Il Reg. CEE 2082/92, recita letteralmente che Specificità è: "l'elemento o l'insieme di elementi che distinguono nettamente un prodotto agricolo o alimentare da altri prodotti o alimenti analoghi appartenenti alla stessa categoria". L'attestazione di specificità come le DOP e IGP, viene registrata dall'Unione Europea, comporta la stesura di un disciplinare, è sottoposto a controllo e certificazione da parte di un "ente terzo". Le caratteristiche del prodotto, che giustificano il rilascio di un'attestazione di specificità, non risultano correlate al territorio e pertanto qualsiasi produttore di tutta l'area europea, rispettando le prescrizioni, può utilizzare l'attestazione stessa.

I marchi DOP e IGP sono protetti con la medesima efficacia nell'ambito di tutto il territorio europeo, pertanto la specifica denominazione o indicazione geografica non potrà essere utilizzata se non per i prodotti che abbiano i requisiti di legame con il territorio stabiliti nel suo disciplinare di produzione.

Un prodotto STG può, al contrario, essere realizzato in qualsiasi Nazione della Unione Europea.

Per quanto riguarda le etichette delle confezioni, esse devono ottemperare, oltre a quanto previsto dalla normativa vigente in materia di etichettatura, alle prescrizioni del disciplinare.

In etichetta deve figurare, con caratteri chiari ed indelebili, il **nome registrato** (ossia denominazione d'origine o indicazione geografica che identifica la zona geografica determinata) associato alla **menzione specifica** "*Specialità Tradizionale Garantita*" o "*Denominazione d'Origine Protetta*" e "*Indicazione Geografica Protetta*".

Il disciplinare può, inoltre, prevedere che la denominazione registrata sia accompagnata da una menzione geografica aggiuntiva.

E' vietata l'aggiunta di qualsiasi qualificazione non prevista espressamente dal disciplinare.

Relativamente alle Attestazioni di Specificità, invece, il nome del prodotto deve distinguersi in modo netto da altri nomi e non deve contenere alcun elemento o indicazione di tipo geografico. E' consigliato (facoltativo) l'utilizzo del simbolo comunitario.

Per alcuni prodotti a Dop e a Igp, il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali (MIPAF) ha disposto che venga evidenziata in etichetta un'ulteriore dicitura: "*Garantito dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ai sensi dell'art. 10 del regolamento CEE n. 2081/92*".

Quindi, in Campania, il settore della trasformazione del latte bovino può vantare due prodotti a denominazione di origine protetta: il Caciocavallo Silano ed il Fior di latte

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Appennino meridionale, mentre è in fase di istruttoria ministeriale la richiesta di ottenimento del marchio D.O.P. per il Provolone del Monaco e per il pecorino di Laticauda, per il quale attualmente è in fase di ultimazione il Disciplinare e la documentazione necessaria per la presentazione della richiesta di registrazione della DOP ai sensi del Reg. CEE 2081/92.

Recentemente è stata registrata come A.S. o S.G.T., la Mozzarella.

Il consumatore deve abituarsi a distinguere tra il prodotto DOP "Mozzarella di Bufala Campana" e il prodotto che si avvale della A.S. o S.G.T. e che potrà essere ottenuto nella stessa Campania come in Lombardia, come in Francia o Germania, ecc.

Nella provincia di Benevento vengono prodotti i formaggi tipici sotto-elencati:

- Caciocavallo di Castelfranco in Miscano
- Caciocavallo podalico
- Caciocavallo silano
- Fiordilatte
- Mozzarella
- Pecorino del Fortore
- Pecorino di Laticauda.

Il settore lattiero-caseario, quindi, grazie alla crescita dei consumi salutistici e dei prodotti da agricoltura biologica (i cui prezzi stanno anche diminuendo), presenta delle buone prospettive di mercato: tali prospettive sono legate proprio alla rispondenza di buona parte dei prodotti lattiero-caseari ai canoni prevalenti dei comportamenti alimentari tendenti a valorizzare fattori quali contenuti salutistici, freschezza e leggerezza, qualità, servizio e versatilità, genuinità e tipicità, proprietà nutrizionali.

Infatti, il settore risulta caratterizzato da:

- un'elevata diversificazione nelle produzioni, in parte legata ad una forte componente di tipicità ed in parte legata alla continua innovazione di prodotto;
- un forte potenziale legato alla numerosità di prodotti tipici e tradizionali ed affermazione del marchio collettivo.

Tuttavia, nell'ambito del settore produttivo dei derivati del latte, non saranno finanziati dalla Regione Campania, nei prossimi tempi, investimenti finalizzati all'aumento del potenziale di trasformazione.

Infatti, gli investimenti finanziati non potranno determinare un aumento produttivo rispetto alle quote latte legalmente assegnate ai produttori che consegnano il prodotto alla struttura di trasformazione.

Non saranno ammessi aumenti di capacità di trasformazione di prodotti oggetto di aiuto comunitario allo stoccaggio, invece saranno sostenuti investimenti finalizzati :

- al miglioramento tecnologico, teso al contenimento dei costi di produzione, al miglioramento e al controllo della qualità, al risparmio energetico;
- al miglioramento delle condizioni di rispetto dell’ambiente e di igiene, oltre i requisiti minimi fissati dalla normativa in vigore;
- al recupero delle capacità abbandonate nella stessa impresa o in altre imprese.

Le produzioni ammesse comprendono i formaggi duri, semiduri, molli nonché la ricotta.

E’, comunque, escluso qualsiasi finanziamento a impianti di produzione di siero in polvere, latte in polvere, butter oil, lattosio, caseina, caseinati e a impianti di trattamento termico per la conservazione di lunga durata di latte liquido.

SEZIONE 2. PROGETTO PILOTA

2.1 Le imprese aderenti al Progetto Pilota

Sono pervenute presso il Coordinamento Prusst Calidone 193 adesioni alla sperimentazione, di queste adesioni tre riguardano società di servizi alle imprese⁵ e partecipano al Progetto su tutte le filiere.

Le modalità e criteri di selezione delle aziende che verranno ammesse alla sperimentazione sono definite dall'art. 12 dell'Avviso Pubblico, queste ultime saranno quelle per le quali si prefigura un piano di sperimentazione d'azienda e/o di settore e/o di filiera fattibile e sostenibile.

Le manifestazioni d'interesse al *Progetto Pilota* per la filiera "Derivati del latte" vede alla data attuale n. 10 adesioni. Di seguito, vengono elencate le aziende interessate alla sperimentazione per la Filiera "Derivati del latte".

Tabella 5-Elenco aziende filiera "Derivati del latte"

DITTA	NATURA GIURIDICA	COMUNE	SETTORE	FILIERA
AZ. AGRICOLA LOMBARDI ANGELO	Ditta Individuale	PADULI	Produzione	Latte
AZ. AGRICOLA SAN CUMANO	Srl	BENEVENTO	Produzione/Trasformaz.	Latte
CLARIZIA GIORGIO BIAGIO	Ditta Individuale	SAN LORENZO MAGGIORE	Produzione/Trasformaz.	Latte
CECAS SCARL	Soc. coop.	BENEVENTO	Commercializzazione	Latte
LATTE SANNIO Soc. Coop. ARL	Soc. coop. Ar.l.	BENEVENTO	Produzione/Commercial.	Latte
G. COLAGIOVANNI SRL	Srl	CEPPALONI	Trasformazione	Latte
CASEIFICIO MISCANO	Ditta Individuale	CASTELFRANCO IN MISCANO	Trasformazione	Latte
LIDERLAT S.R.L.	Srl	BENEVENTO	Trasformazione	Latte
PAGO-BUR CHEASE	Spa	PAGO VEIANO	Trasformazione	Latte
LA LABORIOSA Soc.Coop. AGRICOLA A.R.L.	Soc. coop.	BENEVENTO	Commercializzazione	Latte

⁵ Cecas Commercial, Sistemi Intelligenti s.r.l, Sofab s.r.l

Dalla tabella precedente si evince che un’azienda svolge solo produzione e due sono aziende agricole che trasformano in proprio il latte prodotto.

Un discorso a parte va effettuato a proposito del gruppo costituito dalla Società LatteSannio soc. coop. A.r.l e da Colagiovanni s.r.l che fanno parte della CECAS s.c.a.r.l, dove la LatteSannio è una società cooperativa costituita da 192 soci conferenti ad essa latte crudo atto ad essere trasformato, il numero di soci è aggiornato al 17 novembre 2004; Colagiovanni è l’azienda che si occupa della trasformazione del latte in derivati.

Ci sono altre tre aziende di trasformazione che hanno fatto domanda di adesione, una di esse è il Caseificio Miscano che si occupa prevalentemente della produzione del Caciocavallo di Castelfranco in Miscano.

Infine, vi è un’altra società cooperativa, La Laboriosa che, al momento, si è mostrata poco collaborativa nei confronti delle operazioni da svolgere ai fini della sperimentazione



Di seguito è rappresentata una cartografia da cui si evince la distribuzione di tutte le aziende aderenti al progetto per la filiera “Latte”.



PRUSST "CALIDONE"

Progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari Distribuzione delle aziende aderenti al progetto - filiera latte

Legenda

-  Confini comunali
-  filiera latte

Metadati

Sistema di Riferimento :

Gauss - Boaga

Fonte :

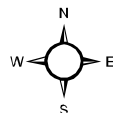
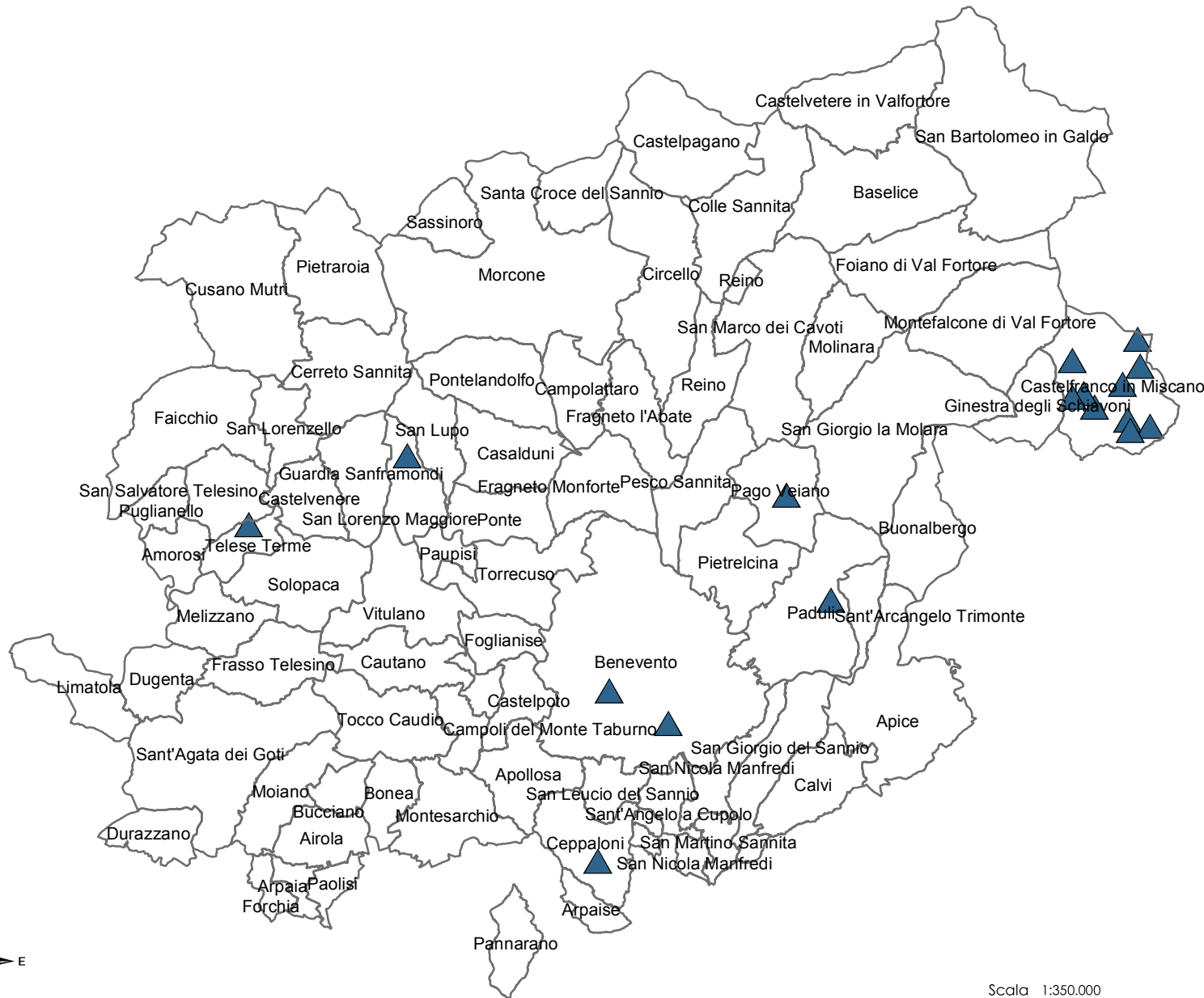
Scheda per la definizione della sostenibilità delle filiere agroalimentari

Elaborazione a cura di :

ufficio di coordinamento P.R.U.S.S.T. " Calidone"

Data di aggiornamento :

31.12. 2004



Scala 1:350.000

2.1.1 Descrizione sinottica imprese

Per quanto riguarda le aziende: Clarizia Giorgio Biagio, Caseificio Miscano, Lombardi Angelo, Azienda Agricola San Cumano, Liderlat s.r.l, Pago-Bur Cheese, La Laboriosa, si riporta un estratto della "Scheda per la definizione della sostenibilità di filiera", contenente, se pervenute, informazioni in merito alle risorse umane, al mercato a monte e al mercato a valle delle aziende che hanno aderito alla filiera in oggetto.

Per quanto riguarda le aziende Cecas s.c.a.r.l, LatteSannio soc. coop. A.r.l, Colagiovanni s.r.l, esse vengono trattate separatamente nel paragrafo 2.1.2.

N° 1 Scheda sintetica della Ditta: CLARIZIA GIORGIO BIAGIO

L'attività imprenditoriale della ditta consiste nell'allevamento di ovini (90 pecore) con la produzione di latte e agnelli.

Il latte viene trasformato in formaggio e venduto alla clientela locale e provinciale, mentre gli agnelli vengono venduti alle macellerie locali.

Le risorse umane dell'azienda sono quelle della propria famiglia.

Al momento non sono disponibili ulteriori informazioni.

N° 2 Scheda sintetica della Ditta: CASEIFICIO MISCANO

Al momento, non sono disponibili informazioni relative a tale azienda

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

N° 3 Scheda sintetica della Ditta: AZIENDA AGRICOLA LOMBARDI ANGELO

A) DESCRIZIONE PRODUZIONE NEL SETTORE PRIMARIO

Vacche da latte/bufale	15
Suini<20 Kg	20
Bovini>2 anni, maschi	25

B) RISORSE UMANE

	Maschi	Femmine
Dirigenti	0	0
impiegati	0	0
Operai a tempo indeterminato	0	0
Operai stagionali	0	0
Altri	1	1

Note: Oltre al titolare e alla moglie, nel periodo estivo collaborano anche i figli.

C) MERCATO A MONTE

Valore prodotti e servizi acquistati in k/euro negli ultimi esercizi :

- 2001: € 17
- 2002: € 18
- 2003: € 20

Principali prodotti e servizi acquistati (% su acquisti)

Prodotti	2001	2002	2003
Sementi	5	5	5
Mangimi	35	35	35
Nitrati	15	15	15
Gasolio	35	35	35

Attuale mercato di riferimento (% su acquisti)

	2001	2002	2003
Provinciale	100	100	100
Regionale	0	0	0
Nazionale	0	0	0
Unione europea	0	0	0
Extra UE	0	0	0

D) MERCATO A VALLE

Valore della produzione (K/euro) negli ultimi esercizi :

- 2001: € 45
- 2002: € 47
- 2003: € 50

Principali prodotti e servizi venduti (peso % sul fatturato del)

Prodotti	2001	2002	2003
Latte	35	35	35
Bovini e suini	30	30	30
Tabacco	30	30	30
Cereali	5	5	5

Attuale mercato di riferimento (quota % sul fatturato del)

	2001	2002	2003
Provinciale	100	100	100
Regionale	0	0	0
Nazionale	0	0	0
Unione Europea	0	0	0
Extra UE	0	0	0

D) L'azienda è già dotata di sistemi di rintracciabilità? NO

E) Semenze e piantine: Cereali, semi per tabacco, nitrati e fertilizzanti biologici acquistati da commercianti di zona

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

N° 4 Scheda sintetica della Ditta: AZIENDA AGRICOLA SAN CUMANO

L'azienda agricola svolge attività nel campo della zootecnia da latte, dell'ortofrutta e della ristorazione agrituristica. Fino al 2002 coltivava tabacco; la crisi di questo settore e gli orientamenti della pac hanno determinato l'elaborazione di un progetto di trasformazione che ha previsto la vendita delle quote tabacco e l'incremento della zootecnia, una attività agrituristica, la trasformazione dei prodotti.

A) DESCRIZIONE PRODUZIONE NEL SETTORE PRIMARIO

Vacche da latte/bufale	40
Polli da carne	70
Galline ovaiole	50

Note: Tutte le colture attuano dettami dell'agricoltura biologica anche nel settore zootecnico è in atto la certificazione di prodotto biologico.

B) RISORSE UMANE

	Maschi	Femmine
Dirigenti	0	0
impiegati	0	0
Operai a tempo indeterminato	0	0
Operai stagionali	4	3
Altri	0	0

Note: L'azienda necessita di un casaro, di un biologo-chimico, di un esperto per la gestione e manutenzione dei macchinari del settore lattiero-caseario e dell'ortofrutta

C) MERCATO A MONTE

Valore prodotti e servizi acquistati in k/euro negli ultimi esercizi :

- 2001: € 94
- 2002: € 66
- 2003: € 70

Principali prodotti e servizi acquistati (% su acquisti)

Prodotti	2001	2002	2003
Mangimi	10	20	20
Sementi-fertilizzanti	20	20	20
Prodotti alimentari necessari per agriturismo	20	10	20
Consulenze, assistenze e noleggi	50	50	40

C) MERCATO A VALLE

Valore della produzione (K/euro) negli ultimi esercizi :

- 2001: € 113
- 2002: € 109
- 2003: € 100

Principali prodotti e servizi venduti (peso % sul fatturato del)

Prodotti	2001	2002	2003
Cereali	20	20	20
Latte bovino e bufalino	40	40	40
Servizio di ristorazione agrituristica	40	40	40
	0	0	0

Attuale mercato di riferimento (quota % sul fatturato del)

	2001	2002	2003
Provinciale	100	100	100
Regionale	0	0	0
Nazionale	0	0	0
Unione Europea	0	0	0
Extra UE	0	0	0

D) L'azienda è già dotata di sistemi di rintracciabilità? NO

E) **Semenze e piantine:** Vengono acquistati i semi biologici di cereali e di fertilizzanti autorizzati, presso ditte specializzate alla vendita di tali prodotti in funzione dell'ordinamento colturale di ogni anno

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

N° 5 Scheda sintetica della Ditta: LIDERLAT S.R.L

L'Istituto Guglielmo Tagliacarte ha analizzato il grado di innovazione dell'azienda Liderlat nell'ambito del Progetto DIRCE (Diffusione dell'innovazione e della ricerca per la competitività economica).

Il Coordinamento PRUSST ha avviato percorsi di partenariato istituzionale con Enti presenti sul territorio e tra questi l'Istituto Guglielmo Tagliacarte.

L'obiettivo consiste nella diffusione di esperienze ed iniziative di successo con riferimento ai temi dell'innovazione tecnologica nel settore agro-alimentare, nonché la diffusione dei risultati dei Progetti avviati dall'Istituto sulle aziende aderenti al "Progetto Pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari".

A) RISORSE UMANE

	Maschi	Femmine
Dirigenti	0	0
impiegati	1	2
Operai a tempo indeterminato	13	0
Operai stagionali	0	0
Altri	1	0

B) MERCATO A MONTE

Valore prodotti e servizi acquistati in k/euro negli ultimi esercizi :

- 2001: € 2.646,48
- 2002: € 3.385,63
- 2003: € 3.877,74

Principali prodotti e servizi acquistati (% su acquisti)

Prodotti	2001	2002	2003
Latte vaccino	30	30	30
Fermenti	10	10	10
Caglio	10	10	10

Attuale mercato di riferimento (% su acquisti)

	2001	2002	2003
Provinciale	90	90	90
Regionale	0	0	0
Nazionale	10	10	10
Unione europea	0	0	0
Extra UE	0	0	0

C) MERCATO A VALLE

Valore della produzione (K/euro) negli ultimi esercizi :

- 2001: € 2.095,85
- 2002: € 2.875,27
- 2003: € 3.352,60

Principali prodotti e servizi venduti (peso % sul fatturato del)

Prodotti	2001	2002	2003
Fiordilatte	60	60	60
Scamorza	30	30	30
Provola affumicata	6	6	6
Ricotta	4	4	4

Attuale mercato di riferimento (quota % sul fatturato del)

	2001	2002	2003
Provinciale	20	20	20
Regionale	30	30	30
Nazionale	40	40	40
UE	5	5	5
Extra UE	5	5	5

D) L'azienda è già dotata di sistemi di rintracciabilità? SI (Interna)

E) Semenze e piantine:

F) Prodotti tipici: derivati del latte

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

N° 6 Scheda sintetica della Ditta: PAGO BUR-CHEASE

Impresa per la trasformazione di derivati del latte, anche in eccedenza nelle UE (caseina del latte), in preparati alimentari ad alto valore nutrizionale e salutistico.

A) RISORSE UMANE

	Maschi	Femmine
Dirigenti	0	0
impiegati	0	0
Operai a tempo indeterminato	0	0
Operai stagionali	0	0
Altri	0	0

Note :

B) MERCATO A MONTE

Valore prodotti e servizi acquistati in k/euro negli ultimi esercizi :

- 2001: 5.668
- 2002: 4.071
- 2003: 3.392

Principali prodotti e servizi acquistati (% su acquisti)

Prodotti	2001	2002	2003
Caseina presamica alimentare	10	10	10
Burro	10	10	10
Cagliata di latte	70	70	70
Grassi vegetali	10	10	10

Attuale mercato di riferimento (% su acquisti)

		2001	2002	2003
Provinciale		10	10	10
Regionale	(NA)	90	90	90
Nazionale		0	0	0
Unione europea	Francia-Irlanda	10	10	10
Extra UE		0	0	0

C) MERCATO A VALLE

Valore della produzione (K/euro) negli ultimi esercizi :

- 2001: 6.679
- 2002: 5.604
- 2003: 4.682

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Principali prodotti e servizi venduti (peso % sul fatturato del)

Prodotti	2001	2002	2003
Preparato alimentare	30	30	30
Preparato alimentare a basso contenuto calorico	0	0	0
Preparato alimentare a basso contenuto in cloruro di sodio	0	0	0
Mozzarella da cagliata di latte vaccino	70	70	70

Attuale mercato di riferimento (quota % sul fatturato del)

		2001	2002	2003
Provinciale		0	0	0
Regionale		0	0	0
Nazionale	Toscana- Veneto- Piemonte-Liguria- Emilia	98	98	98
Unione Euopea	Francia- Portogallo- Repubblica Ceca	2	2	2
Extra UE	Kuwait	1	1	1

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

N° 7 Scheda sintetica della Ditta: LA LABORIOSA soc. coop. Agricola a.r.l

La società cooperativa svolge attività di servizio di intermediazione alle aziende agricole individuali sue socie.

L'attività consiste nella raccolta e commercializzazione di latte vaccino.

La raccolta avviene giornalmente presso le aziende agricole fornitrici.

Il prodotto viene sottoposto ad analisi, pesa e successivamente trasportato fino alle aziende clienti di trasformazione.

La compagine sociale è composta principalmente da aziende agricole individuali, ma sono presenti anche società di persone.

Le aziende fornitrici sono site nella provincia di Benevento, Caserta ma anche in provincia di Campobasso nel Molise.

Non si hanno notizie in merito alle risorse umane impiegate.

A) MERCATO A MONTE

Attuale mercato di riferimento (% su acquisti)

		2001	2002	2003
Provinciale		0	0	0
Regionale	(BN)-(CE)	70	70	70
Nazionale	Molise (CB)	30	30	30
Unione europea		0	0	0
Extra UE		0	0	0

B) MERCATO A VALLE

Principali prodotti e servizi venduti (peso % sul fatturato del)

Prodotti	2001	2002	2003
Latte vaccino da trasformazione	100	100	100

Attuale mercato di riferimento (quota % sul fatturato del)

		2001	2002	2003
Provinciale		10	10	10
Regionale	(BN)-(CE)	60	60	60
Nazionale	(CB) Molise	100	100	100
Unione Europea		0	0	0
Extra UE		0	0	0

2.1.1 Descrizione delle aziende: Cecas scarl-Lattesannio soc. coop. arl-Colagiovanni s.r.l

Per quanto riguarda le aziende **LatteSannio s.c.ar.l.** e **Colagiovanni s.r.l.**, appartenenti al gruppo **C.e.c.a.s. s.c.a r.l.**, sono state individuate le attività e i compiti che ciascuna di essa svolge all'interno della filiera stessa.

Va sottolineato che la CECAS s.c.a.r.l ha stipulato con il PRUSST "Calidone", nell'ambito del "Progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari", in data 6 settembre 2004, un Protocollo d'Intesa avente per oggetto le seguenti azioni congiunte:

1. condivisione di banche dati,
 - 1.1. fornitura da parte del CECAS dei dati settoriali in possesso,
 - 1.2. informatizzazione, trattamento dei dati, caricamento ed elaborazione su GIS (geographic information system) da parte del Coordinamento PRUSST,
 - 1.3. restituzione da parte del Coordinamento PRUSST al CECAS degli elaborati;
2. segnalazione da parte del CECAS al Coordinamento PRUSST delle carenze e delle criticità di filiera nonché delle eventuali opportunità cui indirizzare la sperimentazione;
3. proposta da parte del CECAS al Coordinamento PRUSST di propri progetti di filiera e condivisione progetti e/o studi di fattibilità già avviati su tematiche di valorizzazione produttiva e commerciale dei prodotti-culture locali; tali proposte verranno valutate da appositi tavoli tecnici per l'attuazione.

Inoltre, in data 24 novembre 2004 è stata stipulata una Convenzione con la LatteSannio s.c.a.r.l che prevede la realizzazione delle suddette azioni (tali documenti sono riportati nell'allegato 4).

La "***LatteSannio***" è la società che gestisce il conferimento del latte crudo prodotto dai suoi soci, presenti prevalentemente nella provincia di Benevento, quindi, il processo di flusso del latte parte dall'attività di gestione amministrativa delle quote da parte della cooperativa a responsabilità limitata.

La base sociale della cooperativa in origine era costituita da 300 "*produttori*" e i *produttori* conferenti il latte crudo risultavano pari a circa 257; un elenco aggiornato, fornito dall'azienda stessa il 17 novembre 2004, ha messo in evidenza la cessione delle quote da parte di alcuni allevatori per cui i produttori conferenti latte crudo risultano essere, al momento attuale, 192.

La raccolta del latte viene effettuata tramite "*trasportatori*" (cosiddetti *terzisti*), i quali conferiscono parte del prodotto direttamente alla società trasformatrice senza alcun stazionamento dello stesso in "un *centro di raccolta*".

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

I trasportatori, secondo l'accordo provinciale, percepiscono un corrispettivo di 0.033 € a litro di latte (pari a Lire 65), costo che viene assunto dalla cooperativa **C.E.C.A.S.s.c.a.r.l.**, e che rappresenta il "primo acquirente" della filiera.

Quest'ultima é fornitrice del latte crudo alla **G. Colagiovanni s.r.l.** (di cui detiene il 100% delle quote sociali), società di trasformazione del latte crudo e di commercializzazione dei suoi derivati. La **LatteSannio s.c.a r.l.**, costituita nel 1994 come un'azienda del gruppo C.E.C.A.S.s.c.a r.l., ha come oggetto della sua attività la gestione del conferimento di latte crudo prodotto dai soci della cooperativa stessa.

Tale attività , consiste operativamente in una attività amministrativa di gestione delle quote latte e nella successiva commercializzazione alla cooperativa C.e.c.a.s. s.c.a r.l.

La raccolta del latte, invece, viene effettivamente effettuata da trasportatori terzi i quali provvedono a confluire il latte presso la azienda trasformatrice.

Attualmente la LatteSannio s.c.a r.l., ha una base sociale costituita da 300 soci distribuiti prevalentemente nella provincia di Benevento, di cui circa 257 conferiscono latte alla cooperativa stessa.

La Cooperativa LatteSannio, al fine di fornire ad i suoi soci le linee guida per migliorare e standardizzare la qualità del latte alla stalla, ha proceduto alla redazione del *Manuale igienico sanitario del latte alla stalla*; per garantire un latte ottenuto da animali sani, privo di germi patogeni, con una carica batterica contenuta, privo di sostanze tossiche o nocive e di rischi corpuscolari tale da poter essere destinato alla trasformazione in prodotti caseari con alti standards di qualità.

Il latte proviene da produttori ubicati prevalentemente nella provincia di Benevento.

La Cooperativa, infatti, ha suddiviso l'ubicazione degli allevamenti in zone così come indicato nella seguente tabella:

Tabella 6- Comuni di provenienza del latte

Zona	Comuni interessati
N.1	Castelpagano,Circello,Morcone, Riccia(CB)
N.2	Casalbore,Montecalvo Irpino(AV), Buonalbergo,Castelfranco in M.no,Paduli, Sant'Arcangelo Trimonte
N.4	Molinara,San Giorgio la Molarà
N.5	Benevento,Pesco Sannita, Pietrelcina, San Marco dei Cavoti
N.7	Campolattaro,Castelpagano,Colle sannita,Santa Croce del Sannio, Circello,Morcone

Lattesannio s.c.a.r.l

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Il latte fornito alla Cooperativa LatteSannio deve rispondere alla normativa vigente e contenuta nel D.P.R. n. 54 del 14 gennaio 1997.

Le aziende afferenti alla Cooperativa risultano essere autorizzate ai sensi dell'art.4, o registrate e controllate ai sensi dell'art.11 del D.P.R. del 14 gennaio 1997.

Il conferimento del latte prodotte nelle singole aziende socie è regolato dalle norme di adesione alla Cooperativa, dalle eventuali successive prescrizione stabilite dal consiglio di amministrazione secondo le previsioni statutarie ed è soggetto a controlli.

La Cooperativa, per adempiere a disposizioni di legge, prevede per le aziende socie l'esecuzione dei seguenti controlli:

Tabella 7- Controlli sul latte

Tipo di controllo	Frequenza
Congruità del latte conferito con il carico di bestiame dichiarato	Trimestrale
Vigenza certificato di conformità della stalla (DPR 54/97)	Annuale
Vigenza attestato di sanità del bestiame per brucellosi e tb (DLG 127/82)	Semestrale
Vigenza libretto di idoneità sanitaria personale addetto alla mungitura (DPR 327/80)	Annuale
Visite con personale tecnico Società acquirente latte (intesa prezzo a qualità)	Semestrale
Analisi chimiche e microbiologiche latte in produzione (intesa prezzo a qualità)	Mensile
Analisi chimiche e microbiologiche latte (in caso di contestazione acquirente latte)	Casuale

Lattesannio s.c.a.r.l

In base alle intese all'atto raggiunte con il caseificio G.Colagiovanni, destinatario principale ed ultimo del latte conferito alla cooperativa, è previsto che, a tutela degli interessi della globalità delle aziende socie conferenti, un operatore della Cooperativa, in posizione di distacco presso lo stabilimento di trasformazione, provveda alla verifica delle caratteristiche chimiche e microbiologiche del latte giornalmente consegnato al caseificio, secondo il programma di controllo analitico e quantitativo, effettuato dal laboratorio interno dello stesso caseificio contestualmente al ritiro, sulla base dalle cui risultanze viene determinato il prezzo di liquidazione del latte ritirato.

La liquidazione del latte conferito avviene mensilmente sulla base del prezzo stabilito dall'accordo provinciale interprofessionale o dalle ulteriori intese raggiunte con la ditta acquirente del latte.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Attualmente il prezzo pagato alla singola azienda è di 0,34 € + IVA (pari a lire 658+IVA).

Vengono riportati, di seguito, i quantitativi di latte conferito dai produttori alla LatteSannio per il periodo aprile 2003-marzo 2004:

Tabella 8- Latte conferito (aprile 2003-marzo 2004)

Periodo di raccolta	Quantità raccolta (kg)	Numero dei capi
04/2003 03/2004	6.994.776 *	1.889

Lattesannio s.c.a.r.l

La società C.E.C.A.S (Centro Cooperativo Agroalimentare Sannita), costituita nel 1960, è società capogruppo nel settore agroalimentare. Il suo capitale sociale è attualmente sottoscritto dalle seguenti società:

- C.T.S. s.c.a r.l.
- LatteSannio s.c.a r.l.
- Basso e Alto Fortore s.c.a r.l.
- Cantina di Castelvenere s.c.a r.l.

IL gruppo è, inoltre, detentore di percentuali di controllo del capitale sociale delle seguenti società:

- Cecas commercial s.r.l.
- G. Colagiovanni s.r.l.
- Sofab s.r.l.

Nell'ambito della filiera analizzata, la società C.E.C.A.S. provvede alla logistica (modalità di raccolta) e al trasporto del latte della Cooperativa LatteSannio al caseificio G.Colagiovanni di cui dal 1992 possiede il 100% delle azioni.

Per la raccolta ed il trasporto del latte la C.E.C.A.S. si avvale attualmente di aziende di trasporto specializzate, o di trasportatori singoli dotati di idonei mezzi e adeguate capacità.

Gli automezzi impiegati a loro volta, nonché le società stesse, sono in possesso di tutte le autorizzazioni di legge richieste.

Le aziende adibite al trasporto sono tenute a rispettare le indicazioni fornite dalla C.E.C.A.S. s.c.a r.l. e contenute nel *Manuale di autocontrollo Raccolta e trasporto del latte* che ha lo scopo di condurre le fasi di raccolta e trasporto del latte in rispetto della normativa vigente,

delle norme igienico sanitarie, nonché delle norme volontarie, con lo scopo di aumentare gli standards qualitativi della materia prima.

Lo sforzo a cui tende la società C.E.C.A.S. è, infatti, quello di migliorare la qualità della materia prima per migliorare la qualità dei prodotti finiti; questo permetterà a tutte le figure presenti nella filiera, allevatori, trasportatori, trasformatore di avere margini di guadagno legati alla possibilità di fornire prodotti con alti standards qualitativi.

A tal fine il *Manuale di autocontrollo* prevede la formulazione di un'adeguata documentazione di seguito riportata:

- Norme per la raccolta ed il trasporto del latte;
- Norme per la pulizia dei mezzi adibiti al trasporto;
- Analisi dei rischi:raccolta e trasporto;
- Trattamento delle non conformità.

La raccolta del latte inoltre viene documentata attraverso il *Registro di raccolta* in cui sono riportati i seguenti dati:

- nominativo del trasportatore;
- ubicazione degli allevamenti;
- data e ora del trasporto;
- dati identificativi del produttore;
- quantitativo di latte ritirato dalle cisterne A C P.
- Sono previsti altresì appositi modelli come:
- Avvenuta pulizia delle cisterne
- Registrazione non conformità rilevate
- Comunicazione delle non conformità alle funzioni interessate
- Controllo igienico delle autobotti.

Il latte così raccolto presso gli allevatori viene in parte trasportato direttamente all'azienda trasformatrice G.Colagiovanni srl, senza un suo stazionamento presso un "centro di raccolta".

Il prezzo corrisposto dalla C.E.C.A.S. s.c.a r.l. ai *trasportatori* per kg di latte raccolto è pari a 0.033 € (pari a £. 65), prezzo stabilito secondo l'accordo provinciale.

La G.Colagiovanni srl, industria lattiero-casearia con circa 40 anni di esperienza, dal 1992 è controllata per il 100% dal gruppo C.E.C.A.S. s.c.a r.l.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

I prodotti caseari che l'azienda produce, che si possono definire *semiartigianali*, (perché vengono utilizzati fermenti naturali e non chimici), risultano certificati all'origine (certificazione di prodotto Csqa).

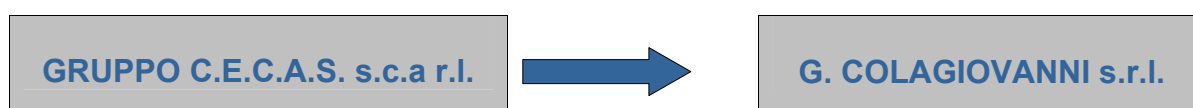
La G.Colagiovanni srl, che si avvale della partecipazione al consorzio "**Fior di latte Appennino meridionale**", "**Formaggio Silano**" e "**Mozzarella STG**", ha come obiettivo la realizzazione di prodotti DOP (Denominazione di Origine Protetta).

Attualmente la ditta lavora su due linee di produzione, l'una per l'ottenimento del prodotto "*top*" commercializzato con il marchio "**Tre Santi**", l'altra per l'ottenimento del prodotto cosiddetto "*secondario*" commercializzato con il marchio "**Colagiovanni**".

Quest' ultimo prodotto, in particolari situazioni (di produzione invenduta e resa), si avvale dei prodotti "**Tre santi**" come materia prima della sua produzione.

L'attività di commercializzazione si sostanzia nella distribuzione dei prodotti lattiero-caseari sia al minuto che all'ingrosso.

SISTEMA DI APPROVVIGIONAMENTO DEL LATTE



Attualmente la ditta Giorgio Colagiovanni s.r.l., per la produzione dei derivati del latte, utilizza (per il 100%) latte crudo acquistato esclusivamente dal gruppo C.E.C.A.S.s.c.a r.l. e proveniente dai produttori soci della LatteSannio s.c.a r.l.

Si riportano di seguito le percentuali di vendita del latte fornito dalla C.E.C.A.S. s.c.a r.l. alla Colagiovanni s.r.l.da novembre 2003 a marzo 2004:

Tabella 9- Percentuali di vendita del latte fornito dalla C.E.C.A.S. s.c.a r.l. alla Colagiovanni s.r.l.

Periodo 2003/04	% Percentuale
Novembre 2003	1,71
Dicembre 2003	16,55
Gennaio 2004	11,73
Febbraio 2004	19,76
Marzo2004	23,91
Aprile 2004	28,99

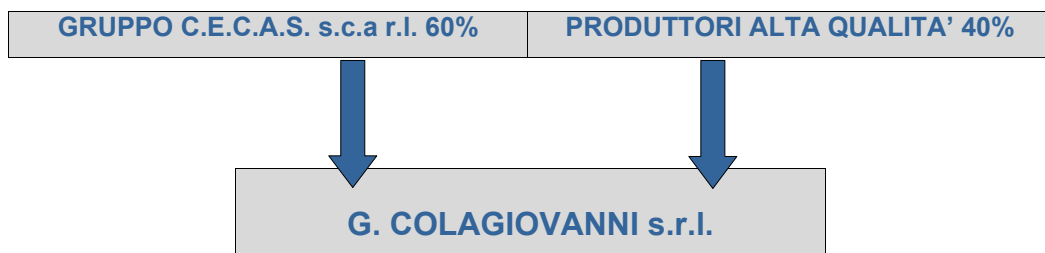
Lattesannio s.c.a.r.l

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Dal 15 giugno 2004, la ditta Colagiovanni, al fine di migliorare gli standards qualitativi dei prodotti, si avvarrà della fornitura di latte alta qualità.

Si è stabilito, infatti, il contatto con 5 produttori della Valle Telesina, e precisamente nella zona di Puglianello, attraverso i quali approvvigionarsi di un 40% circa di "Latte Alta qualità", la cui destinazione è indirizzata verso il prodotto di *qualità* della linea di produzione commercializzato con il marchio "Tre Santi".

Dal 15.06 2004 il sistema di approvvigionamento sarà, dunque, così modificato:



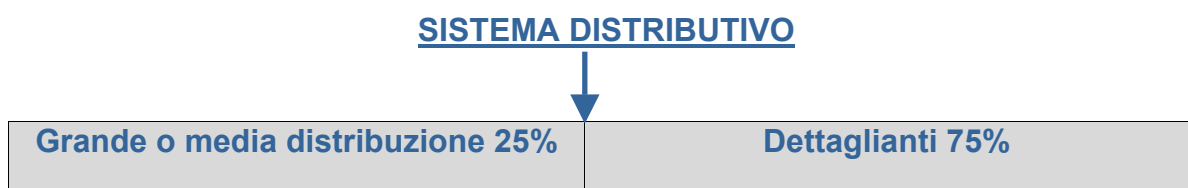
Attualmente la ditta G. Colagiovanni s.r.l. corrisponde al Gruppo C.E.C.A.S. s.c.a r.l. un prezzo di approvvigionamento pari a € 0.39, per il 100% della sua fornitura.

L'ingresso dei nuovi produttori, come evidenziato dal grafico, limiterà l'approvvigionamento di latte dal gruppo C.E.C.A.S. s.c.a r.l. ad una percentuale che si aggira intorno al 60% del totale, con una distrazione del residuo 40% verso detti produttori di latte di alta qualità.

Le caratteristiche acquisite del latte, così come le esigenze di mantenimento del mercato dei produttori (fornitori di Eurolat) in precedenza evidenziati, fanno scontare un prezzo di acquisto del latte da parte della Colagiovanni S.R.L. pari a € 0,46.

Il prezzo medio che la società applica ai prodotti commercializzati si aggira intorno ai € 4,90 al Kg, garantendo alla società una redditività pari a circa il 10%, in considerazione di una incidenza dei costi sul prodotto pari al :

- 60% del costo latte;
- 20% del costo industriale;
- 10% del costo di distribuzione.



FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Il sistema distributivo della ditta G. Colagiovanni S.R.L., così come evidenziato in precedenza, si avvale dei **canali della grande e/o media distribuzione**, per il **25%** circa della sua produzione, e della **vendita al dettaglio** per il **75%** della sua produzione.

La vendita alla grande e/o media distribuzione si esplica a sua volta come vendita effettuata direttamente alla struttura commerciale, o come vendita effettuata alle piattaforme di distribuzione.

La vendita al dettaglio, invece, si caratterizza per essere una vendita svolta in maniera capillare e quotidiana.

La superficie coperta dal sistema di distribuzione é per il 50% rappresentata dal territorio provinciale, per il 30% dal territorio regionale escluso il primo, e per il 20%, dal restante territorio nazionale e in prevalenza in Toscana.

2.2 La filiera locale dei derivati del latte

Nell'ambito del "Progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari" tra le varie operazioni è stata prevista quella di Ricognizione/Monitoraggio, finalizzata all'acquisizione di dati relativi alle aziende che hanno manifestato l'intenzione di aderire al progetto.

La sperimentazione si articola in più fasi di monitoraggio accompagnate da operazioni di assistenza finalizzate alla strutturazione delle filiere.

Tali fasi sono le seguenti:

I LIVELLO: il cui obiettivo è la conoscenza oggettiva dell'azienda ed il riscontro di quanto emerso nell'acquisizione della documentazione amministrativa e della "scheda per la definizione della sostenibilità di filiera" prevista dal bando;

II LIVELLO: dedicato all'approfondimento delle singole componenti aziendali delle imprese ammesse alla sperimentazione e caratterizzato da valutazioni microambientali e dalla conoscenza analitica delle singole componenti aziendali (ad esempio analisi del suolo e/o del prodotto).

III LIVELLO: rivolto all'approfondimento dell'azienda intesa come sistema mediante un monitoraggio che ne valuta la qualità per poter poi strutturare linee di sviluppo della cultura aziendale, individuando eventuali interventi di miglioramento dei processi aziendali.

IV LIVELLO: finalizzata allo sviluppo aziendale, al lancio promozionale per la vendita del prodotto e alla standardizzazione ed estensione del percorso di filiera.

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

Di seguito, viene presentata una tabella che indica i livelli di monitoraggio effettuati per ogni azienda della filiera in oggetto.

Tabella 10- Monitoraggi effettuati

ID	NOMI AZIENDE	FILIERA	SETTORE	LIVELLO MONITORAGGIO	DATA MONITORAGGIO
1408	AZIENDA AGRICOLA LOMBARDI ANGELO	Latte	Produzione	Livello I	01/12/04
1407	AZIENDA AGRICOLA S.CUMANO	Latte	Produzione	Livello I	25/11/04
	LATTE SANNIO SOOC. COOP. ARL*	Latte	Produzione	Livello I	
1162	LIDERLAT S.R.L.	Latte	Trasformazione	Livello I	07/12/04

*In base all'elenco fornito da Lattesannio s.c.a.r.l, aggiornato al 17 novembre 2004, sono stati monitorati **103 soci** su 192 soci conferenti attualmente il latte crudo alla società.

Per l'elenco dei soci monitorati, i relativi codici ID e la data dei monitoraggi, si rimanda all'Allegato 2.d.

2.2.1 Risultati del monitoraggio di primo livello.

Prima di riportare i risultati del monitoraggio relativi alle aziende della filiera "Derivati del latte", è necessario spiegare il metodo di lettura per la comprensione di tali risultati.

Nel caso delle rappresentazioni grafiche temporali, sull'asse delle ascisse compare un numero che corrisponde ad un codice ID, attraverso il quale si identifica una singola azienda.

Il grafico a torta è suddiviso in quattro colori, ad ognuno dei quali corrisponde un significato: al rosso si riportano le negatività della check list rispetto alla macroarea e microarea interregota, al verde le positività della check list rispetto alla singola macro/microarea, il bianco rappresenta i requisiti non applicabili espressi per ogni macro/microarea ed, infine, al giallo corrispondono quelle informazioni che devono essere approfondite ulteriormente.

Per una visione delle domande specifiche per ogni macroarea e microarea, si rinvia alle check-list nell' allegato 2.a e 2.b.

La filiera del latte per la trasformazione è molto importante in un territorio che vanta la produzione di formaggi tipici di vacca o di pecora come, ad esempio, il caciocavallo di Castelfranco in Miscano o il pecorino di Laticauda.

In particolare, il caciocavallo di Castelfranco in Miscano è prodotto con il latte di vacche tenute al pascolo o a stabulazione fissa e la tipicità di tale prodotto va ricercata

soprattutto nella tecnica di lavorazione, che prevede alcune varianti significative rispetto a quella che si potrebbe definire standard.

L'aspetto forse più qualificante consiste nell'utilizzo della *scotta bollente*, cioè il siero dal quale è stata estratta la ricotta, per operare la maturazione della cagliata.

Inoltre, è stata anche rilevata una sorta di sieroinnesto, anche se molto rudimentale, visto che sia la caldaia che i tini di legno non vengono lavati tra una lavorazione e l'altra e restano, così, sporchi di siero acido.

Le aziende monitorate per la filiera "derivati del latte", fanno parte della società LatteSannio e forniscono il latte al caseificio Colagiovanni, uno tra i più conosciuti sul territorio, per la produzione di tutte le tipologie dei derivati del latte.

I titolari delle aziende sono stati disponibili a fornire tutte le informazioni necessarie per rispondere alle domande della check-list avendo recepito, positivamente, i punti cardini del progetto agro-alimentare.

Tutte le aziende ottemperano alla normativa vigente (Legge 54 del 1997), per cui è stato riscontrato un buon livello igienico-sanitario e una corretta prassi igienica nello stoccaggio del latte.

All'interno della figura 2 è possibile vedere una serie di istogrammi relativi al grafico generale degli andamenti medi di tutte le aziende monitorate.

Sull'asse delle ascisse sono riportati i numeri identificativi di ogni azienda con gli andamenti relativi alle risposte per ogni check-item della check-list riportata in allegato.

Gli istogrammi verdi, che corrispondono al 72% nella torta in figura 3, rappresentano le "positività" dell'aziende, quelli rossi, 16% nella torta, le negatività e quelli bianchi, 12% nella torta, i requisiti non presenti in azienda.

Figura 2- Andamento dei giudizi sintetici delle aziende monitorate della filiera "derivati del latte".

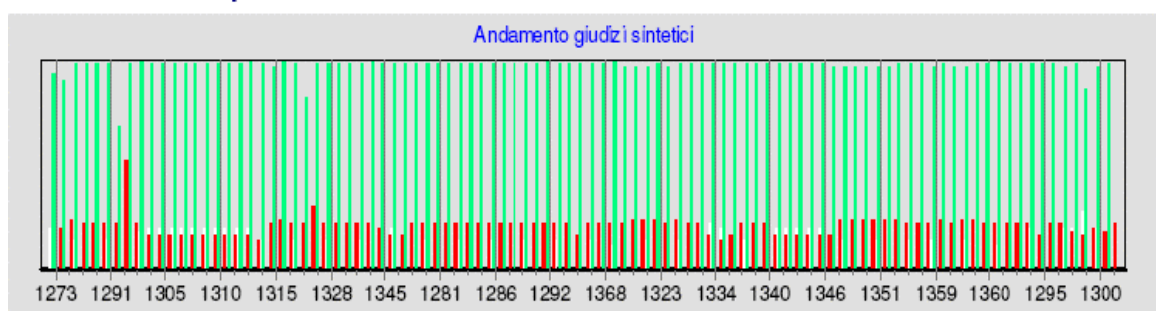
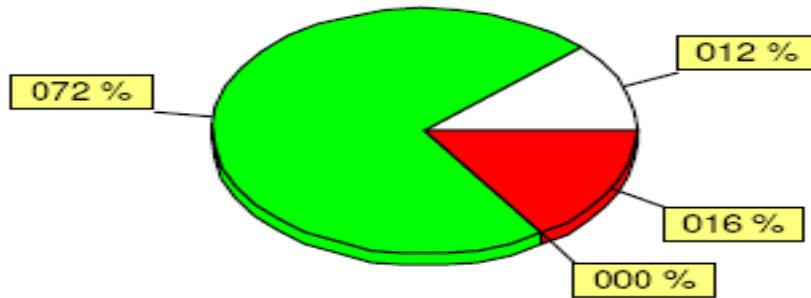


Figura 3- Media dei giudizi sintetici delle aziende monitorate della filiera "derivati del latte"



Interrogando la check-list sulla macroarea ALIMENTAZIONE e microarea ALIMENTI risulta che nella maggior parte delle aziende non vengono effettuate razioni alimentari specifiche, essendo somministrati a tutti i capi gli stessi alimenti nelle stesse quantità; risulta, però, un dato rilevante in merito al fatto che, in molti casi, i mangimi acquistati all'esterno non sono accompagnati da certificato sulla composizione chimica e OGM. Gli animali, in quasi tutte le aziende, sono allevati a stabulazione fissa per 12 mesi all'anno.

Le negatività relative a questi check-item concorrono a determinare il 43% di rosso nella torta dei comportamenti medi ottenuti impostando questi filtri.

Nella torta il 46% di positività (verde) è determinato dall' autosufficienza degli allevatori nell'approvvigionamento degli alimenti e dal fatto che le stalle sono a norma di legge; il 10% di bianco si riferisce al fatto che i mangimi non vengono acquistati (vedi fig. 5)

Figura 4- Andamento dei giudizi sintetici: macroarea ALIMENTAZIONE microarea ALIMENTAZIONE.

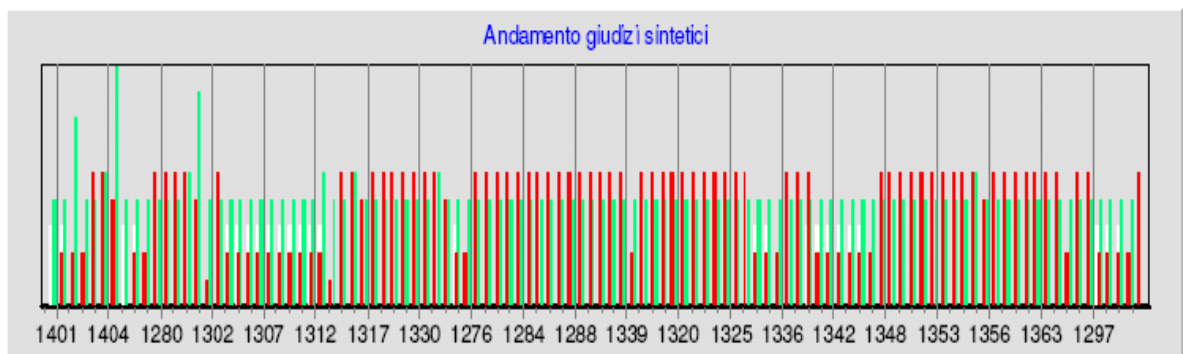
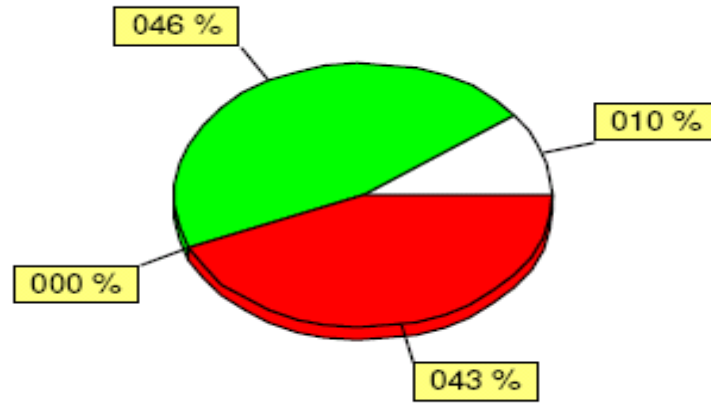


Figura 5- Media dei giudizi sintetici: macroarea ALIMENTAZIONE microarea ALIMENTAZIONE



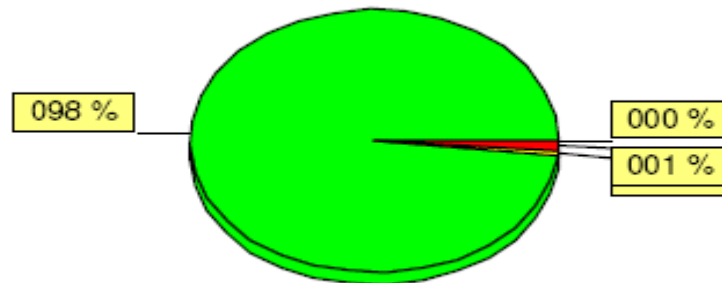
Interrogando la check-list sulla macroarea STALLA e microarea LETTIERA, si nota che in tutte le aziende monitorate sono presenti le cartelle sanitarie per ogni capo, le condizioni di ricovero per gli animali sono idonee, essi sono puliti, le mammelle delle vacche vengono detese prima della mungitura con prodotti sanificanti e/o con salviette usa e getta; questi risultati si deducono dai grafici successivi.

Inoltre, una piccolissima percentuale delle aziende non mette in atto idonei sistemi di pulizia, ciò si evidenzia dalla percentuale di rosso (1%) all'interno del grafico in fig. 7.

Figura 6- Andamento dei giudizi sintetici: macroarea STALLA microarea LETTIERA.



Figura 7- Media dei giudizi sintetici: macroarea STALLA microarea LETTIERA.



Interrogando la check-list sulla macroarea SALA MUNGITURA, risulta che il 71% di positività è determinato dalle idonee condizioni igienico-sanitarie delle macchine per la mungitura e dei recipienti di stoccaggio del latte .

Inoltre, il personale conosce la corretta prassi igienica; nella maggior parte dei casi sono presenti nei locali di stoccaggio dispositivi per combattere gli insetti volanti.

Figura 8- Andamento dei giudizi sintetici: macroarea SALA MUNGITURA.

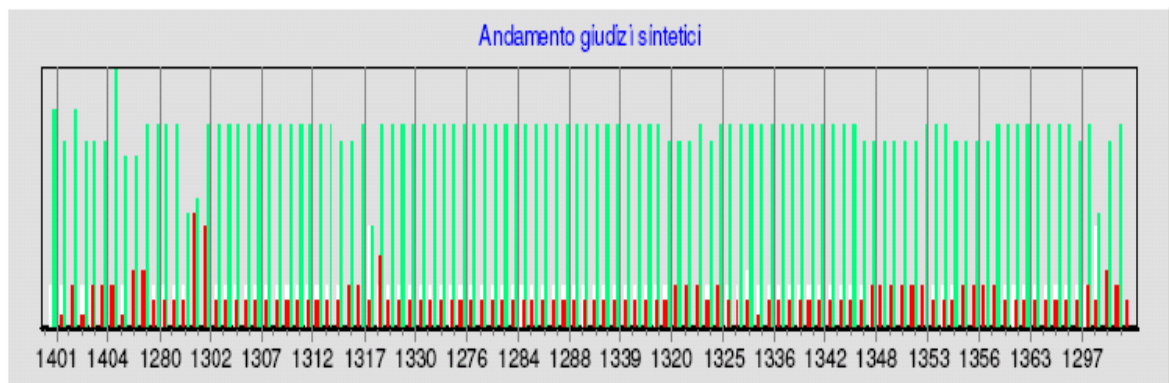
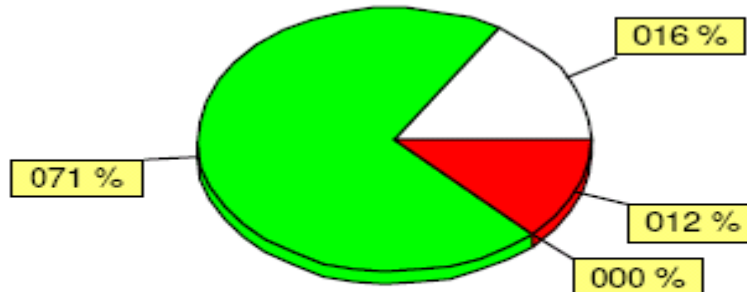


Figura 9- Media dei giudizi sintetici: macroarea SALA MUNGITURA.



La filiera latte per la trasformazione presenta alcuni punti deboli riconducibili, prevalentemente, al settore primario: l'età media degli allevatori è elevata; nella maggior parte dei casi l'azienda zootecnica non costituisce l'attività lavorativa principale; spesso le strutture sono arretrate, i capi non sono quasi mai selezionati geneticamente e nessun allevatore riesce a stimare i costi da sostenere per ottenere un litro di latte.

Ciò determina una forte demotivazione verso il consolidamento sul territorio a scapito di un'adeguata integrazione degli stessi nella filiera.

2.2.2 Grado di completezza e di integrazione della filiera "derivati del latte".

Quindi, la filiera dei "Derivati del latte" è presente già sul territorio, ma va integrata, rafforzata e sviluppata ulteriormente.

Essa risulta costituita da:

- fornitori (di macchinari e attrezzature, di alimenti, veterinari);
- allevatori;
- raccoglitori (generalmente privati, singoli o riuniti in cooperative, che con i propri mezzi raccolgono il latte per i caseifici);
- caseifici (che trasformano la materia prima e, in parte, distribuiscono direttamente sul mercato il prodotto);
- agenti e grossisti;
- GDO e dettaglio tradizionale.

Tuttavia, tale filiera non è costituita soltanto dagli operatori direttamente interessati al processo di produzione e di commercializzazione del prodotto, ma anche dall'insieme di

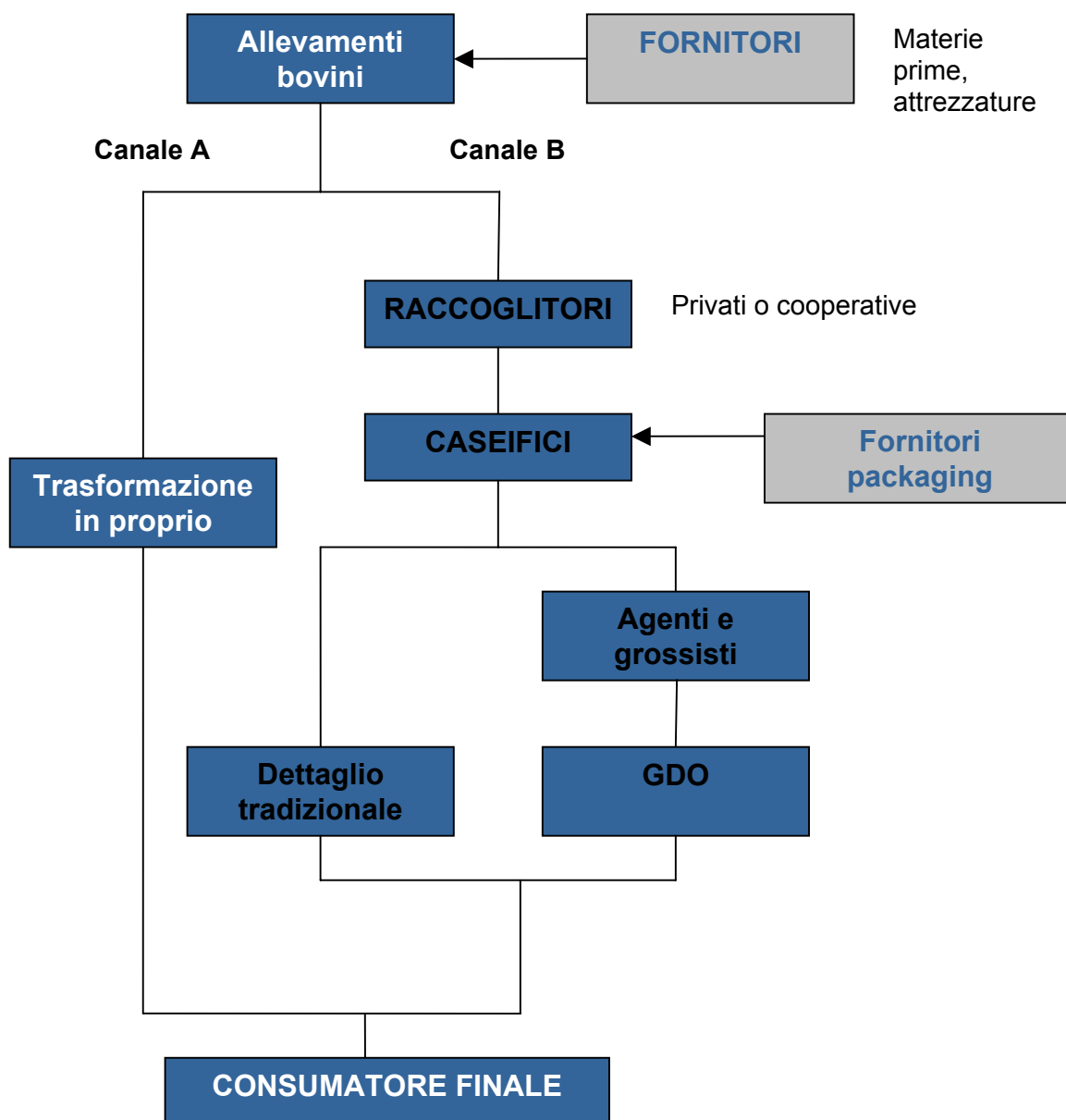
relazioni che intercorrono tra questi e il complesso di istituzioni pubblico-private che li circondano.

Ad esempio, gli allevatori delle aree più interne si occupano solo della fase della produzione in senso stretto e delegano al rappresentante di zona delle singole Associazioni di Categoria, il disbrigo di pratiche e certificazioni.

A questo punto, risulta fondamentale un modello di filiera integrato che tenga conto delle esigenze e delle caratteristiche di tutti gli attori che la costituiscono.

Al momento, la filiera locale dei derivati può essere suddivisa in due canali: il Canale A (“filiera corta”) caratterizzato dalla trasformazione in proprio dei prodotti da parte delle aziende e il Canale B (“filiera lunga”) caratterizzata da tutti gli stadi della filiera.

Figura 10- Flow-sheet della filiera "Derivati del latte"



Come è stato rappresentato in questo flow-sheet di filiera, alcune aziende agricole trasferiscono ai raccoglitori e, di qui, ai caseifici solo una parte del latte prodotto (canale A); la restante parte di latte, infatti, viene trattenuta in azienda ed autonomamente trasformata in

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

prodotto (ad es. caciocavallo) che viene direttamente distribuito al consumatore finale che rientra, generalmente, nell’ambito della parentela o delle amicizie.

Invece, nel canale B, il latte raccolto perviene ai caseifici, generalmente della provincia, che trasformano il latte in derivati (soprattutto mozzarella e caciocavallo) e provvedono alla distribuzione secondo due diverse modalità: il mercato locale viene fornito direttamente attraverso propri punti vendita localizzati sul territorio, mentre il mercato extralocale, sia esso regionale o nazionale, viene coperto attraverso agenti e grossisti che riforniscono la grande distribuzione (GDO) giungendo, quindi, al consumatore finale.

I caseifici sanniti, in prevalenza, sono s.r.l condotte da imprenditori della zona, con salariati compresi nella fascia 10-49 addetti; generalmente si dedicano alla fase di trasformazione del latte, con esternalizzazione di gran parte dei servizi, quali la consulenza, il controllo della qualità, la raccolta (c/terzi) e la vendita (c/terzi).

La produzione dei caseifici locali è notevole soprattutto per diversificazione del prodotto trasformato: ognuno di essi trasforma e commercializza con proprio marchio e confezione, mozzarella e latticini, ricotta e burro, provola affumicata e scamorza, caciotta e caciocavallo.

Tutti i caseifici locali provvedono a promuovere i prodotti realizzati anche se, per l’esigua percentuale di fatturato destinata agli strumenti promozionali, nella maggior parte dei casi il tutto si limita ad attività di sponsorizzazioni sportive o ricreative e a prodotti pubblicitari quali calendari, locandine, opuscoli.

2.2.3 Aspetti normativi.

L’attuale normativa che disciplina il latte, i prodotti a base di latte ed i composti a base di latte, nonché quella in via di emanazione nella Unione Europea, si prefiggono l’obiettivo di conseguire un elevato livello di protezione della vita e della salute dell’uomo.

Fin dagli anni '90, sono state stabilite norme e procedure per garantire la sicurezza alimentare e favorire il libero scambio nell’ambito del territorio europeo.

Le norme (D.P.R. N. 54/97 ed il Regolamento del Parlamento e del Consiglio Europeo relativo all’igiene dei prodotti alimentari), contengono disposizioni comuni relativamente alle responsabilità dei produttori, di quelle delle Autorità deputate ai controlli, dei requisiti che gli stabilimenti sia strutturali che operativi e tecnici, nonché quanto occorre rispettare per il riconoscimento dello stabilimento come idoneo ad una determinata produzione, per il magazzinaggio e trasporto ed, infine, per i bolli sanitari e, quindi,

l'etichettatura (D.L.vo n. 109 del 27 gennaio 1992) per permettere al consumatore di latte, formaggi così come di altri prodotti alimentare di origine animale, di acquisire quante più informazioni possibili e soddisfare la legittima esigenza di sapere l'origine ed il percorso "dai campi alla tavola" del prodotto consumato di così elevato valore nutritivo e destinato a fasce di consumatori più esposte a rischi sia di problemi nutrizionali, sia microbiologici e che necessitano di diete particolari come i bambini e gli anziani.

La garanzia della sicurezza igienico- sanitaria del latte e dei suoi prodotti inizia dalla stalla come punto di "produzione" ed è a questo livello che iniziano i controlli veterinari a diversi livelli di competenza: condizioni di allevamento (stabulazione, alimentazione, igiene della mungitura), mantenimento dello stato di salute, profilassi e cura di malattie condizionate che prevedono l'uso di terapie con farmaci.

La razionale conduzione di allevamento ed i controlli veterinari devono, quindi, fornire latte "sano" che sarà successivamente inviato al consumo alimentare diretto come latte fresco o entrerà in caseifici, autorizzati e sottoposti a vigilanza veterinaria, ma in cui è, soprattutto, il produttore a garantire con procedure ben fissate, che tutte le operazioni per conseguire l'obbiettivo di ottenere un prodotto sano, siano rispettate, garantite, verificate ed, eventualmente, modificate, pena la perdita in termini economici nel momento in cui il consumatore vede messa in pericolo la propria sicurezza.

Il latte proprio grazie alle sue intrinseche caratteristiche è stato spesso oggetto di varie adulterazioni, tuttavia la normativa italiana del Ministero della Salute ed il Ministero delle Politiche agricole, tramite il proprio ente di controllo "Ispettorato Repressioni e Frodi" deputato al controllo delle eventuali adulterazioni, prevede molte norme che fissano i limiti massimi di sostanze che potrebbero ritrovarsi nel latte in condizioni normali, ma la cui elevata percentuale presuppone un'aggiunta fraudolenta della stessa.

Ultimo aspetto a cui viene fatto riferimento è per alcuni prodotti a base di latte che possono essere ottenuti a partire da latte crudo e che, per la loro natura, necessitano della fissazione di condizioni applicabili particolari, infine, si tiene conto di alcune tecniche particolari (prodotti tipici DOP o IPG) di fabbricazione dei formaggi.

2.2.4 Elementi di tracciabilità⁶

Negli ultimi anni, oltre al calo degli allevamenti si è assistito ad una evoluzione delle normative del settore lattiero-caseario volte a garantire non solo il libero scambio ma anche la salute del consumatore e la qualità del prodotto.

Queste norme hanno interessato sia i produttori, sia gli organi deputati al controllo e hanno coinvolto tutte le fasi della filiera produttiva, dall'alimentazione del bestiame al controllo di qualità del prodotto finito ed alle modalità di commercializzazione.

In tale contesto, è essenziale l'utilizzo di sistemi di analisi chimiche che consentano di verificare la qualità del latte ed eventualmente di modificare le procedure di produzione.

I prodotti con particolari caratteristiche di qualità, così sono definiti in ambito comunitario i prodotti tipici, rappresentano un insieme articolato di beni di diversa fattura e diversa rilevanza.

L'esigenza di tutelare il consumatore sulla sicurezza alimentare e di garantire un sostegno concreto alle piccole e medie aziende sono stati da sempre questioni centrali delle politiche agrarie comunitarie, nazionali e regionali.

L'evidente importanza socio-culturale, oltre che economica, di tali prodotti e l'indispensabile necessità di difesa e valorizzazione che essi necessitano ha spinto l'Unione Europea ad emanare una serie di provvedimenti normativi per la tutela delle produzioni tipiche.

⁶ Per una introduzione al concetto di tracciabilità, si rimanda al paragrafo 2.2.4 del progetto filiera “Latte fresco-alta Qualità”.

2.3 Analisi SWOT

Per quanto riguarda la filiera "Derivati del latte", significativi sono i punti di debolezza del comparto lattiero-caseario come si evince dalla tabella seguente.

Tabella 11- Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
1) Presenza di produzione tipica riconosciuta con marchio di valorizzazione D.O.P e di un elevato numero di prodotti tradizionali Incremento degli investimenti strutturali negli ultimi anni 2) Limitato approvvigionamento extra-aziendale per il fabbisogno alimentare del bestiame 3) Introduzione dei sistemi di tracciabilità di filiera e soddisfacente grado di integrazione verticale	1) Scarso livello di riconoscibilità del marchio DOP presente sul territorio da parte dei consumatori 2) Assenza di una cultura di progetto 3) Prevalenza di imprese produttrici di piccole dimensioni 4) Dimensioni tecnico-economiche modeste delle aziende trasformatrici
OPPORTUNITA'	RISCHI
1) Presenza di una grande domanda di prodotti tipici	1) Produzione insufficiente a soddisfare la domanda

Innanzitutto, data la mancanza di aziende agricole iscritte alla DOP e l'assenza dall'area geografica riconosciuta dal Disciplinare dei comuni in cui sono localizzati i principali caseifici locali, è evidente che nel Sannio il marchio DOP-Caciocavallo Silano è un marchio "calato dall'alto" e non espressione degli operatori del comparto zootecnico e del territorio che lo ha ottenuto.

Infatti gli allevatori, che già offrono un "prodotto di qualità" per l'elevata qualità dei processi produttivi e che si dicono disponibili ad ogni forma di innovazione che ne incrementi i risultati, non riescono ad avere, neanche attraverso l'intervento delle Associazioni di Categoria, un'equa enumerazione del capitale investito, né il giusto riconoscimento nell'offrire un prodotto salubre, genuino e di qualità.

Inoltre, i caseifici locali subiscono la crescente e persistente concorrenza da parte di prodotti similari e, questo, è un fenomeno inevitabile data la libera concorrenza dei mercati.

Altro punto di debolezza di tale filiera è lo scarso livello di conoscenza dei consumatori che, non solo non riconoscono nel marchio DOP l'espressione di un prodotto

dalle molteplici qualità intrinseche ed espressione di tecniche artigianali di lavorazione, ma che non sempre sono disposti a pagare un prezzo superiore rispetto ai prodotti standard.

Infine, nell’ambito del settore lattiero-caseario provinciale manca una “cultura di progetto” intesa come la partecipazione di tutti gli attori, pubblici e privati, ad una progettazione integrata degli interventi; manca la visione comune delle problematiche del comparto e manca la capacità di concertarne gli interventi necessari allo sviluppo e alla valorizzazione.

Si evince una situazione di strutturale debolezza del comparto degli allevamenti da latte, con grande frammentazione del sistema produttivo: sono presenti molte aziende di piccole e medie dimensioni e ciò rappresenta un forte vincolo alla razionalizzazione produttiva necessaria per affrontare i nuovi sviluppi della PAC e la sempre più pressante concorrenza esercitata dal comparto lattiero-caseario della Comunità.

In merito ai punti di debolezza a livello di trasformazione e commercializzazione, si ha una frammentazione del sistema di trasformazione, in cui è presente un alto numero di imprese dotate di impianti di modesta dimensione economica e tecnica.

SEZIONE 3. STRATEGIA

3.1 La strategia scaturente dall’analisi SWOT

Un’attenta analisi della situazione attuale porta, dunque, a considerare il bacino produttivo dei derivati del latte, identificato con l’area del Fortore beneventano, come una grande riserva di prodotti di qualità da immettere sul mercato.

Le caratteristiche qualitative dei prodotti, infatti, sono “naturalmente” insite nel sistema e ad esse fanno da supporto peculiarità socio-territoriali più che ottimali come il non indispensabile approvvigionamento extra-aziendale per il fabbisogno alimentare del bestiame e la possibilità di “tracciare” i prodotti grazie ad una integrazione verticale tra i vari livelli produttivi più che valida.

Tuttavia, a fronte degli aspetti positivi del sistema attuale, che trovano perfetta rispondenza nella grande richiesta di prodotti tipici locali, sussistono dei punti di debolezza che vanno fronteggiati con una strategia mirata e costruita “ad hoc” sull’impianto socio-territoriale ed economico in esame.

Tale strategia deve essere orientata a :

- diffondere il livello di riconoscibilità del marchio DOP presso i consumatori;
- incentivare ed aggregare tutte quelle azioni autonome orientate verso politiche di progetto attualmente inesistenti o comunque frammentate;
- indirizzare gli allevatori verso la costituzione di società cooperative che siano in grado di offrire una produzione che soddisfi la domanda di mercato;
- consentire e garantire un ampliamento delle aziende trasformatrici.

Questo progetto punta, in conclusione, allo sviluppo di una filiera dei derivati del latte capace di allargare la produzione, elevare i profitti del settore e aumentarne la base occupazionale.

3.2 Obiettivi specifici

La strategia di fondo posta in essere mira a raggiungere i seguenti obiettivi generali:

1) Responsabilizzare i produttori sul valore del loro lavoro non solo economico ma anche sociale scongiurando un inevitabile spopolamento delle zone rurali;

FILIERA DERIVATI DEL LATTE

2) Porre in essere una efficace strategia di marketing per valorizzare i formaggi storici tradizionali puntando sull'alta ristorazione ed i punti vendita specializzati;

3) Verificare l'applicabilità dei moderni sistemi di gestione della qualità alla realtà zootecnica.

E mira a raggiungere anche i seguenti obiettivi specifici:

4) Trasferire know-how alle aziende agricole riguardo una migliore gestione aziendale attraverso la valorizzazione delle risorse territoriali e foraggiere al fine di ridurre i costi di produzione;

5) Stabilire fino a che punto il pascolo, la razza e la tecnica di lavorazione riescano ad influenzare la qualità dei formaggi locali per renderli particolari se non unici;

6) Creare un vero e proprio distretto agro-alimentare in cui la filiera dei derivati del latte diventi l'elemento propulsivo dell'economia delle piccole e medie aziende del territorio, sulle cui caratteristiche, peraltro, esso è plasmato.

3.3 Planning interventi di supporto per la strutturazione di filiera

La strategia di intervento si basa su un approccio di filiera che coinvolge, in prima istanza, gli allevatori, sottolineando l'importanza del loro ruolo nel processo produttivo e commerciale.

Tale approccio richiede una accurata pianificazione dei seguenti interventi, relativi agli obiettivi generali e specifici previsti:

1) Il settore agricolo, oggi, deve far fronte ad una politica comunitaria che premia le aziende al di sopra dei 50 ettari, pertanto una realtà come quella sannita, caratterizzata da una forte polverizzazione fondiaria ed aziendale, subirà danni irreversibili se non sarà caratterizzata da una precisa volontà, anche istituzionale oltre che imprenditoriale, di produrre "milieu innovateur" in cui le aziende si consorzino o, comunque, trovino nuove formule societarie e produttive per unire le forze ed abbattere inutili intermediazioni: la riorganizzazione del settore passa attraverso lo sviluppo dei prodotti tipici locali e la capacità delle imprese di crescere attraverso un sistema che punti all'ampliamento della produzione e della base occupazionale in modo da ottenere relazioni commerciali favorevoli ai produttori.

Quindi, in attesa dell'eventuale abolizione del regime delle quote latte, si potrebbe tentare di avvicinare all'agricoltura e alla zootecnia, modernamente intese e riorganizzate per incrementarne la redditività, tanti giovani le cui aspirazioni sono attualmente frenate da queste

barriere d’ingresso aiutandoli ed incentivandoli a diversificare se non addirittura a riconvertire la propria attività, oggi limitata alla produzione di latte proveniente da razze certamente non autoctone.

Importante, da questo punto di vista, sarebbe la corretta individuazione legale di razze autoctone che già da sola potrebbe, forse, consentire a tanti allevatori di liberarsi da vincoli imposti dall’OCM latte.

2) La “tipicità territoriale” e la tutela di “produzioni di qualità” rappresenta un’enorme potenzialità di rilancio e di riaffermazione dell’economia agricola sullo scenario nazionale e questo prevalentemente perché essa è un importante fattore di differenziazione in un sistema agro-alimentare che focalizza l’attenzione su un prodotto unico per un dato territorio.

Punto di forza del prodotto tipico è la diversificazione produttiva rispetto ai prodotti standard, dovuta alle caratteristiche intrinseche del prodotto in senso stretto, ai servizi in esso incorporati e al forte legame con il territorio, inteso non solo come influenza nella produzione delle caratteristiche geo-morfologiche e climatiche, ma anche come l’insieme di valori e di conoscenze insite nelle tradizioni e nella memoria storica locale.

Risulta necessario, perciò, creare le condizioni di base per avviare una efficace azione collettiva, da parte degli allevatori, finalizzata all’attivazione di un processo di pianificazione integrata degli interventi che porti alla condivisione degli obiettivi e degli strumenti da adottare per la valorizzazione e si concretizzi nell’utilizzo di una strategia di marketing territoriale e di prodotto tale da potenziare l’immagine del prodotto, ad esempio i “Caciocavallo di Castelfranco in Miscano”, in modo da riconoscere il vantaggio competitivo di una produzione tipica rispetto a prodotti simili.

Oltre al marketing relativamente al singolo prodotto che possono avviare gli operatori della filiera, si avverte l’esigenza di un marketing istituzionale e collettivo per l’insieme dei prodotti che rientrano negli elenchi comunitari e afferiscono al territorio.

3) Valutare l’applicabilità dei moderni sistemi di gestione della qualità alla realtà zootecnica, integrando dati provenienti dai fornitori con strategie di controllo di processo al fine di:

- valorizzare la produzione dei derivati del latte fornendo ai clienti/consumatori le maggiori garanzie possibili in termini di salubrità e sicurezza alimentare, oltre che di qualità del prodotto;
- prevenire l’insorgere dei problemi e ottimizzare la gestione delle emergenze.

4) Nella zona presa in considerazione non si può parlare di imprenditorialità diffusa, di formazione e di qualità del capitale umano sia perché il livello di scolarizzazione è molto basso, sia perché è limitata a pochi l'esigenza di integrare le proprie competenze, sia perché la qualità delle competenze specifiche rimane legata esclusivamente al processo produttivo in senso stretto.

Tuttavia, l'agricoltura anche nella provincia di Benevento, comincia a rompere gli argini di settore primario, cioè produttore di sole materie prime, per assumere connotati e peso di un sistema agro-industriale ed agro-ambientale.

Oltre alla crescita ed alla razionalizzazione di alcuni comparti tradizionali (viticoltura, zootecnia, olivicoltura) si registrano fatti positivi determinati dall'avvio di una modifica di modelli produttivi ed organizzativi nelle piccole aziende che, sia pur lentamente, stanno compiendo uno sforzo di partecipazione al valore aggiunto delle proprie produzioni.

Si tratta di un tentativo di trasformarsi da produttori di materia prima a produttori di derrate alimentari trasformate in azienda e, in diversi casi, confezionate in propri laboratori e pronte per il consumo.

E' stato avviato, sia pure in assenza di una precisa programmazione, un processo di **"filiera corta"**, attraverso complesse attività di coltivazione e allevamento, trasformazione e confezionamento, nella medesima azienda, del prodotto agro-alimentare finito e "firmato".

In questo contesto, produzione e trasformazione vanno ulteriormente integrate nelle aziende e messe in comunicazione con quei canali distributivi più consoni alle particolarità dei singoli prodotti.

5) Il sistema produttivo locale del Fortore è caratterizzato da una forte identità storica e territoriale ed esiste una produzione di formaggi e derivati coerente con le tradizioni e le vocazioni naturali e territoriali ma manca l'integrazione fra attività agricole e altre attività locali.

Risulta fondamentale, innanzitutto, fornire assistenza e formazione agli allevatori e agli operatori della filiera in modo tale che riescano a collaborare tra loro, al fine di:

- migliorare le tecniche di allevamento;
- individuare i pascoli ed i mangimi più adatti affinché le caratteristiche organolettiche "particolari" dei formaggi locali vengano potenziate;
- informare sulle possibilità scaturenti dalla salvaguardia e dall'allevamento di razze autoctone;
- orientare la produzione;
- promuovere i prodotti nel segmento della commercializzazione.

6) Potenzialmente, il Fortore si potrebbe delineare come un Distretto Agroalimentare, perché si riscontrano formalmente alcuni dei fattori previsti dalla legge di orientamento⁷, quali:

- significativa presenza economica grazie all'allevamento bovino;
- presenza di una o più produzioni certificate e tutelate ai sensi della vigente normativa comunitaria o nazionale (esempi: I.G.P. "Vitellone Bianco", "Caciocavallo Silano", "Pecorino di Laticauda").

Sostanzialmente, però, mancano le condizioni necessarie alla configurazione di un'area distrettuale in quanto, ad esempio nel sistema produttivo del "Caciocavallo", se da un lato si può riscontrare il carattere di familiarità delle imprese agricole, di piccola o piccolissima dimensione e raggruppate in una stessa area, dall'altro, l'imprenditore fortorino non risulta essere autosufficiente da un punto di vista organizzativo relativo anche alla capacità operativa necessaria per la commercializzazione dei prodotti, per il mantenimento dei rapporti contrattuali, per la gestione contabile, fiscale, amministrativa, per l'acquisizione e l'elaborazione delle informazioni e per la produzione e/o adattamento alle innovazioni.

A tal fine risulta fondamentale avviare interventi di:

- sensibilizzazione nei confronti delle innovazioni e delle potenzialità del settore lattiero-caseario;
- assistenza per quanto riguarda la conservazione ed il mantenimento delle tecniche di lavorazione utilizzate;
- recupero e tutela della razze bovine e ovine autoctone quale elemento di pregio;
- analisi e studio in merito alle erbe e ai mangimi da somministrare agli animali.

⁷ Art. 13 del D.L. 228/2001: i "Distretti Agroalimentari" sono definiti come "i sistemi produttivi locali, anche a carattere interregionale, caratterizzati da una significativa presenza economica e da interrelazione e interdipendenza produttiva delle imprese agricole e agroalimentari, nonché da una o più produzioni certificate e tutelate ai sensi della vigente normativa comunitaria o nazionale, oppure da produzioni tradizionali o tipiche".

BIBLIOGRAFIA

AIA, Osservatorio latte-ISMEA, MIPAF, Università Cattolica del Sacro Cuore, "Il mercato del latte-Rapporto 2004", FrancoAngeli.

AIA, ISMEA: Osservatorio latte, "Il mercato dei lattiero-caseari nel 2002", Marzo 2003

ALEXANDER E., "Introduzione alla pianificazione", Edizione CLEAN, Napoli.

ANIFANTAKIS E. "Some facts about Traditional Greek Cheeses", in *The influence of Flora on the characteristics of cheese with 'Appellation d'origine protegee' (AOP) made from raw milk, 3rd Plenary meeting*, 10-12 October 1996 Thessaloniki, 1996.

ANIFANTAKIS E. M., "Traditional Feta Cheese" in *Feta and related cheeses*, Ellis Horwood Ltd, England, 1991

ANIFANTAKIS E., Vastardi I., Gardika A., Karavasili K. "A study for the Protection of Designation of Origin for FETA cheese", Agricultural University of Athens, Dairy Laboratory, Athens (in Greek), 1994.

ANTONELLO GERVASIO: "Marketing agroalimentare. Specificità e temi di analisi", Franco Angeli, 2004

ASSOLATTE, "Formaggi: il mondo dei DOP", Editoriale Il Mondo del Latte, Milano, 1996

BELLETTI G., "Sviluppo rurale e prodotti tipici: reputazioni collettive, coordinamento ed istituzionalizzazione" Edizione FrancoAngeli, 2002.

BENCARDINO F., MAROTTA G.: "Modelli organizzativo-territoriali e produzioni tipiche nel Sannio", Edizione Franco Angeli 2002.

BENCARDINO F., MAROTTA G.: "Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione. Prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania", Edizione Franco Angeli 2004;

BRUSAPORCHI M., FAROLFI M., "Agroindustria, ambiente e territorio. Metodi e strumenti per la conoscenza e per le politiche ambientali."

BRUZZO A., POLI C. : "Economia e politiche ambientali".

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BENEVENTO: "Benevento in cifre", edizione 2003.

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BENEVENTO: "Benevento in cifre", edizione 2004.

CANALI G., "Le produzioni Agroalimentari tipiche e lo sviluppo rurale" Edizione Franco Angeli, 2002

CANTARELLI F., *"La competitività dei prodotti tipici nell'Europa dell'Euro"* in Economia Agraria, n° 2, 1999

CARBONI R., QUAGLIA G., *"I prodotti tipici italiani: problematiche e prospettive di un settore in crescita"* in Economia Agraria", n° 2 Agosto

CASATI D., *"Evoluzione e adattamenti nel sistema agro-industriale"*

COLONNA F., *"Qualità e soddisfazione del cliente"* Edizione Newsletter della Quality system, n° 4, aprile 1997

COMMISSIONE EUROPEA: *"La situazione dell'agricoltura nell'Unione Europea"* – Relazione 1999, Bruxelles 2000

COMMISSIONE EUROPEA: *"An overview of developments and prospects of e-commerce in the agricultural sector"*, Bruxelles 2000

COMMISSIONE EUROPEA: *"Libro Bianco sulla sicurezza alimentare"*

CONTI S., *"Geografia Economica, teorie e metod"*, Edizione Utet, Torino, 1997

DASES (Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali- Università degli Studi del Sannio): *"L'analisi nei comuni della provincia di Benevento e l'indicazione delle aree di attrazione commerciale"* a cura di M. Rosaria Napolitano, Maria Paradiso, Paolo Ricci, Francesco Vespasiano; Francoangeli, 2003

DASES (Dipartimento di Analisi dei Sistemi Economici e Sociali) dell'Università degli studi del Sannio nell'ambito della convenzione DASES – PRUSST del 23 Aprile 2004: *"Documento di scenario"*

DE ROSA M., TURRI E., *"Informazione e consumi alimentari. Il caso delle produzioni tipiche"* in rivista di Economia Agraria, n°3.

DE STEFANO F., *"Qualità e valorizzazione nel mercato dei prodotti agroalimentari tipici"*, edizione Napoli", ESI, 2000

DE TONI A., GRANDINETTI R., *"Conoscenze, relazioni e tecnologie di rete nelle filiere distrettuali. Il caso del distretto della sedia."*

DI SANDRO, *"Analisi e pianificazione dell'impresa agraria"*

ENDRIGO E., *"Le produzioni tipiche locali tra strategia d'impresa e promozione del territorio"*, Edizione FrancoAngeli, 2002

FANFANI R., MONTRESOR E., PECCI F., *"Il settore agro-alimentare italiano e l'integrazione europea."*

FOGLIO A.: *"Il marketing agroalimentare"*, Franco Angeli, 2002

FORUM INTERNAZIONALE DELL'AGRICOLTURA E DELL'ALIMENTAZIONE: *"Verso la nuova PAC"*, Febbraio 2004.

- FORUM INTERNAZIONALE DELL'AGRICOLTURA E DELL'ALIMENTAZIONE:** "WTO e Agricoltura prima e dopo la conferenza di Cancun", Ottobre 2003.
- FRONTINI A., VIGNANO' M.,** "I centri commerciali al dettaglio in Italia: evoluzione e prospettive di sviluppo", 1998.
- GALIZZI G.,** "Il commercio internazionale dei prodotti agroalimentari?"
- GATTI S.,** "La valorizzazione delle produzioni tipiche. Gli itinerari enogastronomici dell'Emilia Romagna."
- IASERVOLI G.,** "Competitività e posizione dominante dell'impresa nella filiera produttiva"
- INEA:** "L'agricoltura italiana conta 2003".
- INEA:** "L'agricoltura italiana conta 2004".
- INEA:** "La costruzione di percorsi di qualità per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari locali", 2001.
- INEA:** "Le politiche agricole dell'Unione Europea", Settembre 2002.
- INEA:** "Rapporto sullo stato dell'agricoltura italiana", Settembre 2004.
- ISFOL:** "Sviluppo locale. Prima analisi e compendium dei programmi nell'obiettivo 1", 2004.
- ISFOL:** "I Progetti integrati territoriali nelle Regioni dell'obiettivo 1. Una prima rilevazione e analisi", 2004.
- ISMEA :** "Il consumatore di prodotti biologici in Italia", ISMEA 2001
- ISMEA:** "I consumi domestici e il comportamento di acquisto delle famiglie italiane", 2003.
- ISMEA:** "I prodotti agroalimentari a denominazione di origine riconosciuta e i prodotti biologici?", 2003
- ISMEA:** "Il sistema agroalimentare italiano", Giugno 2003.
- ISMEA:** "Milkway, il progetto pilota sulla rintracciabilità del latte fresco. I vincoli, gli elementi da tracciare, le regole e il sistema informativo", Luglio 2003.
- KOTLER P.:** "Marketing Management", ISEDI, Torino, 1999
- LANZA A.,** "Ambiente, economia e sviluppo sostenibile", Edizione Il Mulino, 1996
- LEGAMBIENTE:** "Ecosistema Urbano 2004".
- LINEA VERDE:** "Regole e opportunità della politica comunitaria europea"-Maggio 2003
- MAGNIC., SANTUCCIO F.** "La competitività dei prodotti agroalimentari tipici italiani tra localismo e globalizzazione" in rivista di Economia Agraria, Anno Liv, n° 2, giugno
- MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE:** "Rapporto annuale 2003", Gennaio 2004.
- MIPAF (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali):** "La rivoluzione conservatrice della qualità. Il sistema agroalimentare come motore di sviluppo", 2004.

MIPAF (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali): *“Formaggi, il gusto della tradizione”*, Maggio 2001.

NAPOLITANO M.R., PARADISO M., RICCI P., VESPASIANO F.: *“L’analisi dei consumi nei comuni della Provincia di Benevento e l’indicazione delle aree di attrazione commerciale”*, Edizioni Franco Angeli 2003.

NIJKAMP P., *“Le Valutazioni per lo sviluppo Sostenibile della Città e del Territorio”*, edizione Franco Angeli, Milano

OSSERVATORIO EPIDEMIOLOGICO VETERINARIO REGIONE CAMPANIA: *“Attività inerenti ai piani radicazione Regione Campania – Anni 2000/2001”*, Febbraio 2003.

PROVINCIA DI BENEVENTO: *“Patto territoriale per l’agricoltura della provincia di Benevento”*, Novembre 2004.

PROVINCIA DI BENEVENTO: *“Product quality based on local resources and its potential contribution to improved sustainability”*, Agosto 2003.

QUERINI G., TURRI E., *“L’agroindustria nell’area mediterranea. Contributi all’analisi dei problemi strutturali”*

REGIONE CAMPANIA: *“Linee di indirizzo per gli interventi di filiera e per le aree rurali”*.

REGIONE CAMPANIA: *“P.O.R. Campania 2000-2006”*

REGIONE LOMBARDIA: *“Importanza della tracciabilità, in una logica di forte identità delle produzioni agroalimentari della Lombardia, e conseguenti strategie di marketing da adottare relativamente alle principali filiere produttive lombarde”*, Maggio 2004

ROMANI S., *“L’Analisi del comportamento del consumatore per la determinazione del prezzo di vendita di prodotti e servizi”*

SERBELLONI MC., *“Crescita turistica e qualità dello sviluppo”*, in *Economia Ambientale*, n° 3, 2003

SICCA L., *“Alcune considerazioni sul marketing territoriale”*, Edizione Franco Angeli, 2000

SMEA, *“Annuario del Latte”*, Franco Angeli, Milano, 1999

SMEA, *“Annuario del Latte”*, Franco Angeli, Milano, 2000

SOLDATOS P., *“L’espansione internazionale delle città europee: elementi di una strategia”*, 1990

TEDESCO M., *“Il processo decisionale del consumatore. Effetti di contesto e implicazioni di marketing”*.

TURRI E., *“La conoscenza del territorio”*, Edizione Marsilio, 2002

UNA.API, *“Marketing – Packaging – Comunicazione”*

UNALAT, *“L’Italia dei formaggi DOP”*, Franco Angeli, Milano, 1993 Vizzardari Mario - Maffei Piero, *Formaggi italiani - storia e tecniche di preparazione*, Edizioni agricole, Bologna, 1996



**PROGRAMMA DI RIQUALIFICAZIONE URBANA E SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TERRITORIO
"CALIDONE"**

ACCORDO QUADRO DEL 31.05.2002 - PUBBLICATO SUL BURC 15.07.2002 N.33

documento n. 11 attuazione

progetto pilota per l'implementazione di filiere agroalimentari



Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

Ministero delle Attività Produttive

Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio



Regione Campania



Provincia di Benevento



Comune di
Benevento



CASSA DD. PP.