



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



FILIERE

latte
vino
olio
florovivaistica
miele e dolciario
tabacco
cereali
carni
ortofrutta - conserve

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

In copertina : Arcangelo, 2004, Miele/Dolciario, 40x30, tecnica mista
su tela

SOMMARIO

PREMESSA	3
CAPITOLO 1: IL SETTORE DI RIFERIMENTO	6
1.1 IL SETTORE, IL MERCATO E LA CONCORRENZA	6
1.2 IL SETTORE DEL MIELE NELLA PROVINCIA DI BENEVENTO: CARATTERISTICHE E CRITICITÀ	10
CAPITOLO 2: IL TESSUTO PRODUTTIVO LOCALE	12
2.1 LE AZIENDE LOCALI	12
2.2 I RISULTATI DEL MONITORAGGIO	13
2.2.1. <i>Conclusioni</i>	26
2.2.2 <i>Le analisi sui campioni prelevati: i primi risultati</i>	30
2.3 I PRODOTTI E I PROCESSI	33
2.3.1 <i>Processi e sistemi produttivi</i>	33
2.3.2 <i>Gli areali di produzione e le flore nettarifere</i>	36
2.3.3 <i>Mieli realizzabili</i>	37
CAPITOLO 3: ECONOMIA E GESTIONE DELLE AZIENDE APISTICHE	39
3.1 MODELLO DI GESTIONE DELL'AZIENDA APISTICA	40
3.2 LE AZIENDE APISTICHE "MARKETING ORIENTED"	45
CAPITOLO 4: SPERIMENTAZIONE	47
4.1 SPERIMENTAZIONE E DIVERSIFICAZIONE PRODUTTIVA	47
4.1.1 <i>Pappa reale e polline del Sannio</i>	47
4.1.2 <i>Industria farmaceutica ed estetica</i>	48
4.1.3 <i>Sperimentazione trasversale: filiera energetica – filiera del miele: Il Miele di Cardo</i>	48
CAPITOLO 5: ANALISI SWOT, STRATEGIA ED INTERVENTI	50
5.1 ANALISI SWOT	50
5.2 STRATEGIE ED INTERVENTI	51
APPENDICE	53
ANALISI LEGALE DELLE ETICHETTE	53
ALLEGATI	62
ALLEGATO 1: I PRODOTTI DOLCIARI	62
ALLEGATO 2: LA NORMATIVA DI RIFERIMENTO	62
ALLEGATO 3: REPORT DEI MONITORAGGI DELLE AZIENDE APISTICHE	62
ALLEGATO 4: REPORT DEI MONITORAGGI DELLE AZIENDE DOLCIARIE	62
ALLEGATO 5: QUESTIONARIO DI MARKETING	62
ALLEGATO 6: SCHEDA DI SPERIMENTAZIONE DEL MIELE DI CARDO.	62
BIBLIOGRAFIA	63
INDICE DELLE FIGURE	
FIGURA 1- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA GENERALE	17
FIGURA 2 - MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA GENERALE	17
FIGURA 3- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA ALLEVAMENTO	18
FIGURA 4- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA ALLEVAMENTO	18
FIGURA 5- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA IGIENE	19
FIGURA 6- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA IGIENE	19
FIGURA 7- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA DIFESA	20
FIGURA 8- MEDIE DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA DIFESA	20
FIGURA 9- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA VENDITA	20
FIGURA 10- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA VENDITA	21
FIGURA 11- ANDAMENTO DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA ECONOMIA	21
FIGURA 12- MEDIA DEI GIUDIZI SINTETICI DELLA MACROAREA ECONOMIA	21
FIGURA 13 - FATTORE PRODUZIONE ELEVATA E DIVERSIFICATA	28
FIGURA 14 - DISTRIBUZIONE AZIENDE PER GRADO DI DISTRIBUZIONE	29

INDICE DELLE TABELLE

TABELLA 1- ANALISI SWOT 2004	4
TABELLA 2- AZIENDE APICOLE MONITORATE NEL 2005	13
TABELLA 3: CHECK LIST DI I LIVELLO DELLA FILIERA DEL MIELE	15
TABELLA 4: LISTA CAMPIONI PRELEVATI PRESSO LE AZIENDE	16
TABELLA 5- PRESENZA DELLE AZIENDE SUL TERRITORIO	22
TABELLA 6- PRESENZA DELLE AZIENDE NELLE AREE TERRITORIALI	23
TABELLA 7- VARIETÀ PRODUTTIVE	25
TABELLA 8- PANIERE FINALE DEGLI INDICATORI	27
TABELLA 9 - VARIANZA DELLE VARIABILI RIPRODOTTA DAI FATTORI	27
TABELLA 10- PESI COMPONENTIALI SULLA COMPONENTE ESTRAPOLATA	27
TABELLA 11- COEFFICIENTI COMPONENTIALI SUL FATTORE ESTRAPOLATO	28
TABELLA 12: RISULTATI DELLE ANALISI DEI CAMPIONI	32
TABELLA 13- FASI DI LAVORAZIONE APIARIO	35
TABELLA 14-FLORE NETTARIFERE PRESENTI	37
TABELLA 15-PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	42
TABELLA 16- DETERMINAZIONE DEI COSTI	43
TABELLA 17- ANALISI SWOT	50

PREMESSA

Dai risultati ottenuti nel primo anno, è emerso che il miele di Benevento presenta un forte potenziale di sviluppo determinato dall'insieme di caratteristiche che conferirebbero maggiore livello qualitativo alla performance del prodotto filiera come, ad esempio: la caratteristica della flora e del clima; la produzione di miele di acacia, di sulla e di miele biologico; il crescente fabbisogno di prodotti naturali e l'aumento della domanda di prodotti di qualità.

Su un totale di 7.818 arnie (dato rilevato in base ad una stima effettuata nel 2004 da un prelievo di dati presso l'ASL BN 1) , si è calcolato che mediamente ogni arnia produce dai 10 ai 15 kg di miele all'anno per una produzione totale pari a 97.725 kg.

I comuni che presentano una produzione maggiore rispetto al totale sono Circello e Morcone.

Le quantità di miele offerte durante l'anno sono strettamente legate al periodo di fioritura delle varietà dei fiori utilizzate dalle api per l'estrazione dei pollini.

Nell'ambito del comparto apicolo, assieme agli studi della flora, risulta sempre vivo il dibattito sulla definizione di una integrazione tra l'ambiente e le api; in tal senso si crea un indicatore per lo sfruttamento non distruttivo delle risorse e, a sua volta, assume un ruolo primario di equilibrio e di produttività e di buon indice dell'ambiente, fondamento per la tutela della salute dei consumatori e dei cittadini di un territorio; non va dimenticato, inoltre, che le api danno informazioni sulla salute del territorio e riescono ad avvertire se qualcosa, negli equilibri ambientali, sta per incrinarsi.

La costante presenza delle api in un ambiente, quindi, rileva l'esistenza di condizioni minime per la sopravvivenza anche delle altre forme biologiche

Dai dati raccolti nel primo anno di sperimentazione, è emersa la seguente analisi SWOT:

Tabella 1- Analisi SWOT 2004

Punti di forza	Punti di debolezza
Caratteristiche della flora e del microclima esistenti sui territori delle Comunità Montana Domanda crescente di prodotti di qualità e con precise identità territoriali Presenza diffusa dell'industria dolciaria locale Marchi DOP in fase di istruttoria ministeriale	Allevamenti di piccole dimensioni e diffusa presenza di hobbismo Filiera produttiva "destrutturata" Sostanziale debolezza del marketing operativo
Opportunità	Minacce
Concorrenza nazionale in mancanza di una precisa identità del prodotto provinciale Miele e api quali indicatori economico – ambientali	Consistente sviluppo del turismo enogastronomico Creazione di marchi di qualità e di marketing collettivo

La produzione mielifica locale mostra alcune criticità: la scarsa professionalità qualificata e la diffusione capillare dei produttori; l'assenza di una cultura di marketing e, soprattutto, la mancanza di un'approfondita conoscenza del miele di sulla e acacia quali maggiori produzioni monofloreali della provincia di Benevento.

Sulla scorta delle attività di screening effettuate nel corso del primo anno, e delle suddette criticità, si sono realizzate successivamente le seguenti iniziative:

Attività di Monitoraggio: con l'attuazione delle procedure previste per l'implementazione delle filiere agroalimentari, e al fine di conoscere maggiormente le realtà aziendali per specializzare le proposte di assistenza e consulenza alle imprese, è stato predisposto un apposito questionario (*check list*) per intervistare le imprese aderenti al progetto e per ricavarne i dati di interesse;

Analisi dei campioni di miele: in sede di svolgimento delle suddette operazioni di monitoraggio, sono stati prelevati dei campioni di prodotto per sottoporli ad analisi chimico – fisica e per ricavarne, eventualmente, uno "studio di caratterizzazione e tipizzazione" dei prodotti locali;

Attività di assistenza tecnica alle imprese: nel corso delle attività alcune imprese hanno richiesto l'analisi legale delle etichette e si è proceduto indirizzando gli imprenditori all'adozione di una etichetta conforme ai parametri di legge. Ulteriore assistenza tecnica sarà effettuata nel corso del prossimo anno, con la consegna delle analisi dei campioni di cui sopra;

Sperimentazione del Miele di Cardo: in concomitanza all'implementazione della filiera innovativa del cardo, si è proposto di ampliare tale procedura con l'allocazione di alveari presso i campi sperimentali per la produzione di cardo da biomassa;

Modello economico – gestionale: in tal senso si è teorizzato un modello economico di gestione aziendale al fine di agevolare la determinazione del reddito d'esercizio e della remuneratività dei costi di produzione degli apicoltori;

Modello aziendale Marketing Oriented: parallelamente alle proposte di cui sopra, è stato elaborato un questionario di marketing, con la supervisione dell'area Marketing/Vendite/Comunicazione, al fine di valutare la preferenza dei consumatori locali del prodotto e di costruire un "*idea di prodotto*" del tutto rispondente alle richieste di mercato.

Tale indagine sarà svolta nel corso del prossimo anno al fine, inoltre, di costruire un modello di marketing e di orientamento strategico per le imprese che saranno selezionate nell'ambito del progetto.

CAPITOLO1: IL SETTORE DI RIFERIMENTO

1.1 Il settore, il mercato e la concorrenza

Non è facile descrivere il settore del miele in maniera univoca ed omogenea.

Esso si presenta estremamente diversificato ed eterogeneo sia per le condizioni di produzione, varie e variabili da regione a regione, sia per la resa produttiva stagionale, che è fortemente influenzata dalle situazioni metereologiche, sia per la esigua dimensione economica degli operatori della filiera.

L'apicoltura si rileva un comparto di impatto non trascurabile sull'economia delle aree rurali, nonché sull'equilibrio biologico dell'ambiente naturale e, mentre da un lato si trovano comportamenti di sofisticazione nelle abitudini al consumo, dall'altro sorge l'esigenza degli apicoltori di ottenere una maggiore remuneratività.

Spesso, per questi ultimi, l'apicoltura nasce come hobby per divenire, successivamente, una vera e propria attività remunerativa con un ritorno di immagine del prodotto.

Prima di descrivere l'attività nel territorio di interesse, è necessario inquadrare il settore apistico nell'ambito del mercato internazionale e nazionale al fine di ottenerne un inquadramento organico¹.

L'Asia è la principale regione di produzione di miele a livello mondiale, seguita dall'Europa e dall'America settentrionale e centrale.

Per quanto riguarda gli scambi, la Cina è il primo esportatore mondiale, mentre l'Unione europea si colloca al primo posto per le importazioni.

Secondo le statistiche pubblicate dalla FAO, nel 2002 la produzione mondiale di miele ha raggiunto 1.268.000 tonnellate, con un aumento del 6,8% nel periodo 1998–2002. Nel 2002 l'Unione europea è stata, con le sue 112.000 tonnellate, il terzo produttore mondiale dopo la Cina (258.000 tonnellate) e la Comunità di Stati indipendenti (136.000 tonnellate).

Tra gli altri principali produttori a livello mondiale figurano gli Stati Uniti (100.000 tonnellate) e l'Argentina (85.000 tonnellate).

¹ I dati esposti sono stati estratti dalla "**SECONDA RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO EUROPEO**" sull'applicazione del regolamento (CE) n. 1221/97 del Consiglio che stabilisce le regole generali di applicazione delle azioni dirette a migliorare la produzione e la commercializzazione del miele.

Gli scambi mondiali corrispondono a circa un terzo della produzione totale di miele, secondo i dati di FAO e Comext.

Nel 2001 le esportazioni mondiali di miele hanno raggiunto 360.000 tonnellate.

In quell'anno la Cina ha esportato il 41% della produzione nazionale di miele, pari al 30% di tutti gli scambi a livello mondiale.

Le restrizioni sanitarie imposte al miele cinese, a seguito della scoperta di sostanze vietate nei prodotti di origine animale provenienti dalla Cina, e la minore produzione delle ultime annate, hanno contribuito alle variazioni nei flussi delle esportazioni mondiali.

Nel 2001 le importazioni mondiali di miele si sono aggirate su 360.000 tonnellate.

Il principale mercato d'importazione è l'Unione Europea che, nel 1998, ne ha assorbito il 44%; la Germania (con 92.000 tonnellate) e il Regno Unito (con 23.000 tonnellate), totalizzano quasi il 75% del miele importato dall'Unione Europea nel 2001.

Le importazioni mondiali sono costantemente aumentate dalla fine degli anni '70 grazie all'incremento del consumo di prodotti naturali e dietetici, al dinamismo di taluni operatori che hanno introdotto varietà speciali o miele a basso prezzo, generalmente sotto forma di miscele, nonché alla maggiore utilizzazione industriale di miele in alcuni paesi.

L'Unione Europea non dispone di miele sufficiente e, in genere deve importare circa la metà del miele consumato; nel 2001/02 la percentuale di miele prodotto nell'Unione era del 45,9%.

I tre principali produttori di miele nell'Unione Europea sono la Spagna, la Germania e la Francia, rispettivamente con 33.000, 26.000 e 25.000 tonnellate nel 2001/02.

Nel quadro di stabilità delle importazioni di miele tra il 1998 e il 2002, l'Argentina è diventata il primo fornitore dell'Unione Europea con il 36% delle importazioni totali comunitarie nel 2002, mentre la Cina è scesa al quarto posto con un 9%, dietro al Messico (12%) e all'Ungheria (10%).

Le esportazioni comunitarie ammontano a circa 8.000 tonnellate e rappresentano il 6% della produzione nel 2002.

Secondo i dati forniti dagli Stati Membri, nel 1999 gli apicoltori della Comunità Europea erano complessivamente 460.000, di cui 14.350 dichiarati come apicoltori professionali che, in questo contesto, corrispondono a coloro che conducono almeno 150 alveari.

Secondo le stesse fonti, nel 2003, il numero complessivo di apicoltori era pari a 470.000, di cui 15.270 apicoltori professionali, con un aumento del 2% del numero complessivo di apicoltori europei e un aumento degli apicoltori professionali pari al 6,4% .

Nel periodo 1999–2003, il numero di alveari è aumentato del 2,5% raggiungendo un totale di 8.877.209 alveari.

Gli apicoltori professionali conducono più di 3.880.000 alveari, pari al 43,7% del totale degli alveari europei.

Lo Stato Membro con il maggior numero di alveari è la Spagna con circa 2.400.000 unità, seguita dalla Grecia con 1.380.000 alveari e dalla Francia con circa 1.300.000 alveari.

Considerando la percentuale di apicoltori professionali che si ricava dal rapporto tra il numero di alveari gestito dagli apicoltori professionali e il numero complessivo di alveari, la Spagna presenta il tasso più elevato con il 74%, seguita dalla Grecia e dal Portogallo con più del 50%.

In questi tre Stati membri (Spagna, Grecia e Portogallo), è stato censito il 74% degli alveari di apicoltori professionali dell'Unione Europea.

In valore assoluto, gli apicoltori professionali si concentrano in tre Stati membri: la Spagna (29% del totale degli apicoltori professionali censiti), la Grecia (26%) e la Francia (19%).

In conclusione si constata un aumento reale del settore, anche se alcuni esperti attribuiscono l'incremento osservato al miglioramento delle statistiche del settore.

In media il numero di alveari condotti dagli apicoltori professionali nell'Unione Europea è aumentato del 5,7% nel periodo 1999–2003 e, il tasso degli apicoltori professionali comunitari, resta stabile (42–44%), a conferma di una leggera tendenza allo sviluppo delle conduzioni professionali.

Per quanto riguarda, invece, la produzione italiana, alla fine del 2004, registra una quantità pari a circa 10.000 tonnellate, ancora inferiore alla media ma comunque migliore rispetto alle stagioni passate.

I motivi del calo produttivo sono da imputare alle condizioni ad inizio stagione delle famiglie, poco numerose e sviluppate, e al fenomeno della sciamatura che hanno ridotto di circa il 40% la potenzialità produttiva.

I mieli che hanno avuto produzioni elevate sono stati quello di acacia, di agrumi, di tiglio e di cardo; produzioni medie per il castagno, la medica, il millefiori, la melata e la sulla.

Scarse le produzioni di eucalipto, girasole, rododendro e tarassaco.

Il numero di arnie registrato nel periodo in questione è pari a circa 1.100.000 a cui corrisponde una produzione media di 13.435.326 kg:

In Campania, invece, il numero di arnie rilevato è pari a circa 48.208 a cui corrisponde una quantità pari a 482.000 kg circa.

I dati di mercato in Italia, nel 2004, registrano una diminuzione del prezzo di tutti i mieli² e, i più penalizzati, sono stati il miele di acacia (- 12, 50% c.a.) e la melata (- 18, 60% c.a.).

Considerando che le produzioni, rispetto alle precedenti annate, sono state di poco sotto alla media, la crisi dei prezzi è da imputare principalmente all'abbondanza di prodotto proveniente dall'estero a prezzi molto concorrenziali.

A partire dal mese di ottobre 2005, si registrano delle impennate per il mercato del miele; le transazioni di settembre risultano decisamente maggiori con i prezzi in leggero aumento.

Il miele di acacia raggiunge circa 3,30 € il chilo in Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Toscana ed Emilia Romagna, mentre in Piemonte tocca quota 3,40 €.

Sul piano normativo nazionale, si sono registrate delle vere e proprie novità.

Lo scorso Dicembre 2004, la Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati, ha definitivamente approvato la "**Disciplina dell'Apicoltura**".

Con il dettato normativo si è riconosciuta l'attività apicola come "*attività di interesse nazionale*" utile per la conservazione e la tutela dell'ambiente naturale, dell'ecosistema e dell'agricoltura in generale finalizzata, tra l'altro, a garantire l'impollinazione naturale e la biodiversità di specie apistiche, con particolare riferimento alla salvaguardia delle razze di api italiane (*Apis mellifera*) e delle popolazioni autoctone delle zone di confine.

In tal senso, l'apicoltura viene considerata a tutti gli effetti un'attività agricola ai sensi dell'articolo 2135 del codice civile; di conseguenza sono definite le nuove figure di apicoltore, attività apicola, imprenditore apistico e professionale, ecc.

Lo scopo di questa innovazione legislativa sta nel fatto che, l'immagine che si trae da questo settore, sebbene al suo interno evidenzia interessanti prospettive di evoluzione, non appare nel suo insieme in grado di far fronte ai fattori contingenti negativi.

² I prezzi registrati nel periodo 2003 – 2004 sono stati i seguenti:

Prezzo del miele di acacia al Kg: 2003 - €4,72; 2004 - €4,13

Prezzo del miele di agrumi al Kg: 2003 - €3,29 ; 2004 - €3,25

Prezzo del miele di castagno al Kg: 2003 - €3,16; 2004 - €2,87

Prezzo del miele di eucalipto al Kg: 2003 - €3,22; 2004 - €3,12

Prezzo del miele di melata al Kg: 2003 - €3,17; 2004 - €2,58

Prezzo del miele millefiori al kg: 2003 - €3,09; 2004 - €2,80

Prezzo delle Api Regine €9,00 circa

Prezzo medio di una famiglia di Api: 2003 - €59, 83; 2004 - €92,50

1.2 Il settore del miele nella provincia di Benevento: caratteristiche e criticità

In provincia di Benevento la produzione di miele è da sempre elemento importante non solo sotto il profilo storico e culturale ma anche economico.

Essa viene attuata soprattutto nelle aree montane e collinari del Titerno, dell'Alto Tammaro, e con una presenza sporadica e frastagliata in alcune zone del Taburno e del Fortore.

Gli alveari si sono trasformati, negli ultimi quindici anni, da "stanziali" in "nomadi"; vengono spostati dall'apicoltore e collocati all'interno di aree particolarmente ricche di fioriture, al fine di ottenere un prodotto proveniente da una specifica specie vegetale.

La produzione di miele nella provincia non è facilmente quantificabile in quanto, gran parte degli apicoltori, non praticano la loro attività in modo esclusivo; il più delle volte, infatti, si tratta di pratiche hobbistiche o di attività di integrazione al reddito e non tutte le arnie possedute vengono dichiarate periodicamente all'ASL.

Come già illustrato nella fase introduttiva, nello scorso anno, fu preso come dato indicativo il numero di arnie dichiarate all'ASL (7.818) e fu stimata la quantità complessivamente prodotta di circa **93.000 Kg**; dalle indagini condotte sul territorio e, con riferimento ai monitoraggi eseguiti presso le aziende, invece, emerge che 21 aziende su 25 hanno dichiarato di produrre circa **157.000 kg** annui di miele.

Per quanto riguarda, invece, il numero delle arnie dichiarate da 20 aziende, risulta essere pari a circa 4.200, ossia pari al 53% delle 7.818 arnie rilevate sull'intero territorio nella scorsa annualità.

Da questo confronto di dati, quindi, si può concludere che, nonostante la palese relatività dei dati stimati nello scorso anno, le quantità dichiarate dalla quasi totalità delle aziende monitorate, rappresentano comunque una quota rilevante per il mercato dato che le aziende in questione (21), costituiscono una bassa percentuale del totale delle aziende presenti nella provincia di Benevento.

Tutto ciò a conferma del fatto che sussiste sul mercato una forte presenza di produzione sommersa di miele.

Con riferimento, invece, alla commercializzazione, sono poche le aziende che hanno un proprio marchio aziendale e che vendono solo su un proprio canale di vendita; nella maggior parte dei casi, infatti, il prodotto viene immesso in canali all'ingrosso senza un marchio proprio.

In questo secondo caso, si tratta prevalentemente di imprese che praticano apicoltura come attività non prevalente e di imprese che non hanno una solida base finanziaria per effettuare significativi investimenti nei canali di vendita.

Molte di queste imprese, tra l'altro, sono costrette a vendere il proprio prodotto sfuso all'ingrosso in quanto non sono sufficientemente dotate per reggere la concorrenza degli altri produttori, in particolar modo quelli nazionali ed internazionali.

Nella maggior parte dei casi, infatti, nonostante la buona qualità del miele, la quasi totalità degli apicoltori sanniti, dichiara di praticare un prezzo inferiore alla media per sconfinare le minacce concorrenziali dei "grandi produttori".

Ulteriori criticità emerse nel corso delle interviste presso le aziende, sono riferite alla mancanza di esperte figure professionali in apicoltura ossia, di addetti tecnici opportunamente qualificati all'allevamento del bestiame, alla raccolta del miele, alla lavorazione e alla trasformazione dei diversi prodotti finiti.

Il più delle volte la manodopera è interna e solo in qualche caso sporadico le aziende si forniscono di manodopera esterna a basso costo, molto rari i casi di manodopera qualificata; non a caso, molti apicoltori, hanno affermato di avere la reale esigenza di esperti all'interno delle proprie strutture aziendali che possano effettuare i lavori di allevamento, di trasformazione e di invasettamento.

Per quanto riguarda, invece, l'aspetto commerciale e, in particolar modo, la presenza all'estero delle aziende sannite, essa è scarsa se non quasi nulla, se non per rari casi di esportazione di miele biologico.

Il miele esportato (prevalentemente nell'ambito dell'Unione Europea) infatti, è prevalentemente di ridottissime quantità e destinato in punti vendita al dettaglio, rivenditori di soli prodotti di alta qualità.

Parlare di esportazione per le aziende in questione dovrebbe supporre un discorso ben più ampio ossia di "**internazionalizzazione**" dell'assetto aziendale; in tal senso, ci si propone di intervenire in tali aziende, dopo aver idoneamente predisposto e modificato la struttura gestionale, al fine di ampliare gli orizzonti commerciali.

CAPITOLO 2: IL TESSUTO PRODUTTIVO LOCALE

2.1 Le Aziende locali

Lo scenario delle aziende apicole sul territorio sannita, risulta essere alquanto frammentato; come già detto, l'imprenditoria apistica, solitamente, rappresenta una seconda attività che viene praticata per hobby o come attività complementare.

Allo stato attuale l'A.P.A.S. – Apicoltori Campani Associati – rappresenta l'unica realtà associativa presente sul territorio che svolge attività di supporto al settore e agli associati cercando di aggregare i piccoli imprenditori e fornendo informazione, formazione e assistenza tecnico – economica.

L'A.P.A.S. si pone come obiettivo principale quello di associare il maggior numero di apicoltori che operano nella Regione Campania.

Ciò deriva dalla consapevolezza che la rappresentanza del settore è tanto più incisiva quanto maggiore è la sua forza di aggregare produttori e prodotti.

In un primo momento, nonostante la manifestazione di interesse, l'ente associativo, non ha aderito formalmente al progetto pertanto, nel corso del primo anno, i lavori si sono limitati ad una semplice ricognizione di mercato – settore del miele/dolciario della provincia, al fine di valutare l'impatto di una fattiva strategia di valorizzazione del miele e dei prodotti dolciari.

In un momento successivo, è stato sottoscritto un Protocollo di Intesa tra P.R.U.S.S.T. "Calidone" e A.P.A.S., in data 07/07/2005, ed è stato possibile effettuare i monitoraggi presso le imprese associate.

Allo stato attuale, le aziende monitorate sono riportate nella successiva tabella:

Tabella 2- Aziende Apicole Monitorate nel 2005

AZIENDE APICOLE MONITORATE NEL CORSO DELLA SECONDA ANNUALITA'	
AZIENDA	COMUNE
Apicoltura Rispoli Maria Concetta	S. Agata dei Goti
Azienda Agricola Mastrofrancesco p.s.c.a r. l.	Morcone
Bernardo Rita	S. Agata dei Goti
Biasco Giorgio	S. Giorgio La Molara
Carone Franco	Torrecuso
D'Aloia Amalio	Casalduni
D'Aloia Italo	Solopaca
Perillo Rosa Maria	
Fusco Anna	Benevento
Latella Giovanni	S. Bartolomeo in Galdo
Nave Dalmonte	Ponte
Nave Giovanni	Ponte
Nista Petronilla	Buonalbergo
Orlando Francesco	Circello
Petretti Maria	Benevento
Petroccione Laura	Buonalbergo
Pilla Giorgio Elio	Circello
Razzano Marco	S. Agata dei Goti
Ricciardi Patrick	S. Lorenzello
Santopietro Dorianò	Morcone
Tatavitto Vincenzo	Circello
Votto Linda	Faicchio
Zaccari Angelo	Circello
Zanchelli Michele	Circello
Zappoli Elena Sofia	Castelvenere

Fonte:Ns.elaborazione

2.2 I risultati del monitoraggio

Il monitoraggio ha riguardato 25 aziende produttrici di miele presenti nella provincia di Benevento; esso è stato effettuato attraverso il software SIM (Sistema Integrato di Monitoraggio) e si basa su una check - list composta da 23 items.

Ogni check-item consiste in una domanda (variabile) che a sua volta costituisce un valido indicatore per una più ampia valutazione sullo stato generale dell'azienda.

Nella tabella N. 3 viene riportato ogni check item, la relativa macroarea di appartenenza (cioè la dimensione analitica), il parametro alfanumerico (o i parametri) di acquisizione delle informazioni specifiche, ed il peso.

Quest'ultimo elemento rappresenta un valore di ponderazione di ogni item in relazione alla sua importanza per la macroarea analizzata; i suoi valori variano da 0 a 3.

Le macroaree di analisi sono 6:

- Macroarea Generale (contenente variabili informative generali sull'azienda);
- Macroarea Allevamento (insieme di variabili relative all'allevamento delle api);
- Macroarea Difesa (variabili relative alla protezione dell'allevamento e del prodotto);
- Macroarea Igiene (variabili sulla sicurezza alimentare del miele);
- Macroarea Vendita (variabili sulla commercializzazione del miele);
- Macroarea Economia (variabili inerenti alla conduzione aziendale).

Si riporta di seguito la check-list completa a cui è stata sottoposta ogni singola azienda.

FILIERA MIELE/DOLCIARIO-II ANNUALITA'

Tabella 3: Check List di I livello della filiera del miele

Nr	Check item	Macroarea	Peso	Parametri
1	È presente autorizzazione veterinaria dell'attività?	generale	3	
2	E' noto il numero di famiglie attive?	allevamento	1	numero famiglie attive/arnie
3	L'attività attua lotta biologica?	generale	2	
4	Viene attuata difesa dai parassiti?	difesa	2	
5	La difesa dai parassiti è biologica	difesa	1	
6	La difesa dai parassiti è chimica	difesa	0	
7	Viene attuata prevenz. da peste americana ed altre malattie?	difesa	2	
8	I trattamenti di copertura sono biologici?	allevamento	1	
9	Le arnie sono realizzate integralmente con prodotti atossici?	allevamento	2	
10	Vengono fatte analisi di residui sul miele?	igiene	3	Residui pesticidi/tetracicline/altri principi attivi
11	Viene prodotto miele?	generale	3	quantitativo annuo (kg)
12	Viene prodotta pappa reale?	generale	1	produzione annua (kg)
13	Viene prodotta propolis?	generale	1	produzione annua (kg)
14	Viene raccolto polline?	generale	1	produzione annua (kg)
15	Viene differenziata la produzione di miele in qualità monofiore?	generale	2	castagno millefiori acacia sulla erba medica borragine ciliegio; trifoglio melata di bosco altri monofiore (kg annui)
16	La smielatura avviene in azienda?	generale	1	
17	La smielatura è meccanica?	generale	1	
18	È idonea la sala di smielatura?	igiene	1	
19	Il miele viene filtrato?	generale	2	
20	Si procede all'invasettatura con proprio marchio?	economia	1	
21	Si conoscono i costi di produzione?	economia	2	costi fissi/costi variabili
22	Viene utilizzato canale di vendita a proprio marchio?	vendita	1	
23	Vengono utilizzati canali di vendita all'ingrosso di prodotto sfuso?	vendita	1	

FILIERA MIELE/DOLCIARIO-II ANNUALITA'

In sede di monitoraggio, inoltre, sono stati prelevati dei campioni di miele che, a loro volta, sono stati sottoposti ad analisi per identificare le caratteristiche comuni a tutte le produzioni; viene riportato di seguito il report completo dei monitoraggi effettuati e dei campioni prelevati presso le aziende:

Tabella 4: Lista campioni prelevati presso le aziende

NR	Codice ID	Denominazione Azienda	Data monitoraggio	Prel. campione
1	1678	CARONE FRANCO	06/09/2005	Miele - 2 campioni
2	1670	D'ALOIA ITALO	23/08/2005	Miele Millefiori
3	1689	FUSCO ANNA	28/10/2005	Miele sulla Miele Acacia Miele Millefiori
4	1674	Az. Agricola MASTRO FRANCESCO	30/08/2005	Cera d'api Miele - 4 campioni
5	1668	NAVE GIOVANNI	04/08/2005	Cera di nido, Cera di opercoli Miele Millefiori, Miele Sulla Miele Melata, Miele d'Arancio
6	1683	NISTA PETRONILLA	07/09/2005	Miele Millefiori, Miele Acacia Miele Castagno
7	1685	PETRETTI MARIA	16/09/2005	Miele Millefiori, Miele sulla Miele Castagno, Miele acacia
8	1677	PILLA GIORGIO ELIO	01/09/2005	Miele Girasole, Miele Castagno Cera di opercoli
9	1684	RICCIARDI PATRICK	12/09/2005	Miele Millefiori
10	1688	TATAVITTO VINCENZO	28/10/2005	Miele 3 campioni
11	1676	ZACCARI ANGELO	01/09/2005	
12	1671	ZAPPOLI ELENA SOFIA	23/08/2005	Miele Acacia - Millefiori
13	1695	D'ALOIA AMALIO	03/11/2005	
14	1675	APICOLTURA RISPOLI MARIA CONCETTA	01/09/2005	Miele Millefiori, Miele Acacia Miele Castagno
15	1691	LATELLA GIOVANNI	31/10/2005	
16	1669	NAVE DALMONTE	22/08/2005	
17	1693	ORLANDO FRANCESCO	03/11/2005	
18	1690	PETROCCIONE LAURA	30/10/2005	
19	1667	RAZZANO MARCO	02/08/2005	Miele Melata, Miele Acacia Miele Castagno
20	1673	SANTOPIETRO DORIANO	30/08/2005	Miele - Cera
21	1694	VOTTO LINDA	03/11/2005	
22	1692	ZANCHELLI MICHELE	31/10/2005	
23	1687	PERILLO ROSA MARIA	28/10/2005	
24	1679	BIASCO GIORGIO	06/09/05	
25	1696	BERNARDO RITA	22/09/05	Miele Castagno, Miele Millefiori Miele Melata

Fonte: *Ns.elaborazione*

Tuttavia, prima di analizzare i risultati del monitoraggio, è necessario esporre il metodo di lettura per la sua comprensione.

Di seguito vengono riportate le elaborazioni automatiche del SIM che consistono in rappresentazioni grafiche su cui compare un codice identificativo (codice ID) delle singole aziende.

Il grafico a torta è suddiviso in quattro colori, ad ognuno dei quali corrisponde un significato:

- il colore **rosso** indica le negatività della check list rispetto alla macroarea e microarea di riferimento;
- al **verde**, invece, corrisponde la positività della check list rispetto la singola macro/microarea;
- il **bianco** rappresenta i requisiti non applicabili per mancanza di requisiti;
- ed infine al **giallo** corrispondono quelle informazioni che devono essere approfondite ulteriormente.



Figura 1- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea generale

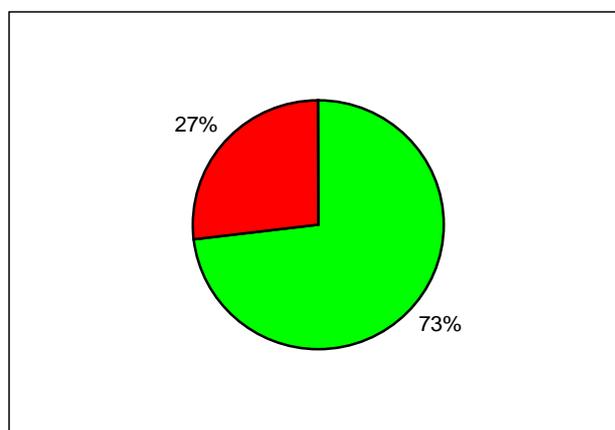


Figura 2 - Media dei giudizi sintetici della macroarea generale

La macroarea "generale" si riferisce alle seguenti variabili (items):

- presenza dell'autorizzazione veterinaria;
- attuazione della lotta biologica
- produzione di miele, pappa reale, propolis, polline;
- differenziazione in qualità monofiore;
- informazioni generali sulla smielatura e filtratura del miele.

Per questa macroarea si registra il 73% di negatività ed il 27% di positività.

Questo risultato può essere compreso meglio se analizziamo i dati inerenti ai singoli items della macroarea.

Orbene, per quanto riguarda le variabili con peso 3, il 21 % delle aziende, non ha l'autorizzazione veterinaria e tutte producono miele; per le variabili con peso 2, tutte le aziende differenziano la produzione in qualità monofiore e l'80% di esse filtra il miele.

Per le variabili con peso 1, invece, solo il 24% produce pappa reale e solo il 28% produce polline; il 52%, mentre, produce propolis e tutte le aziende conducono la smielatura meccanica nell'88% dei casi.

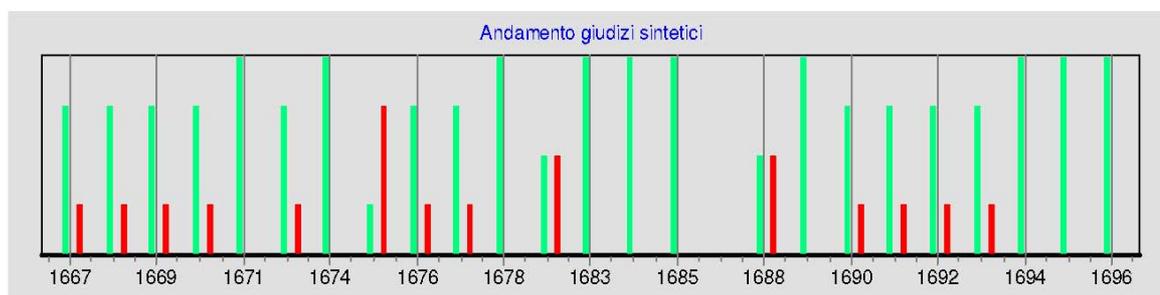


Figura 3- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea allevamento

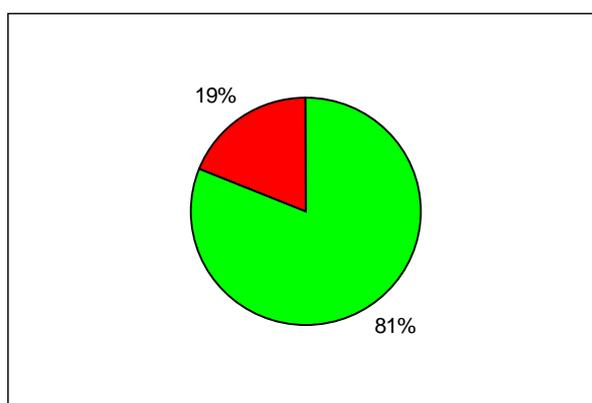


Figura 4- Media dei giudizi sintetici della macroarea allevamento

FILIERA MIELE/DOLCIARIO-II ANNUALITA'

Per la macroarea "allevamento" si registra il 19% di negatività e il 71% di positività.

Nello specifico tutte le aziende conoscono il numero di famiglie attive, il 48% pratica trattamenti di copertura biologici e ben l'88% possiede arnie realizzate integralmente con materiale atossico.



Figura 5- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea Igiene

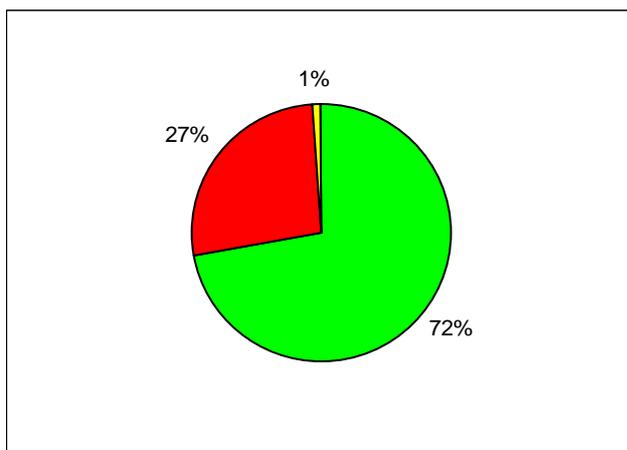


Figura 6- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea Igiene

Anche per la macroarea "igiene" si registra il 72% di positività, il 27% di negatività e l'1% di incertezza.

Ciò deriva dal fatto che il 68% delle aziende fa analizzare i residui sul miele (per tale item il peso sulla macroarea è 3) e nell'88% dei casi la sala di smielatura è idonea (per questo item il peso sulla macroarea igiene è pari ad 1).



Figura 7- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea difesa

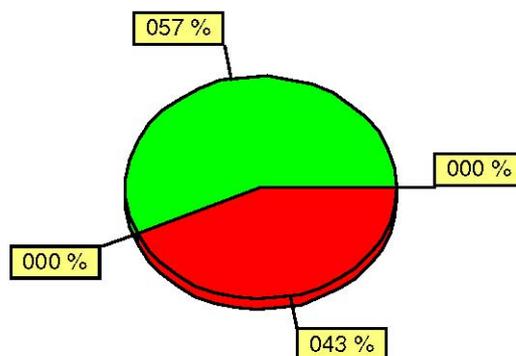


Figura 8- Medie dei giudizi sintetici della macroarea difesa

Nel caso della macroarea "sicurezza" si abbassa la positività e scende al 56%, con negatività pari al 44%.

Quattro sono gli items inerenti la sicurezza: due item contribuiscono con un peso sulla macroarea pari a 2, mentre un item ha peso 1 ed un'altra ha peso 0.

Per gli item con peso 2, l'88% delle aziende attua la difesa dai parassiti mentre il 64% delle aziende non attua la prevenzione da peste americana e da altre malattie.

Nel 60% dei casi, infine, non si attua difesa biologica (ma per tale domanda il peso è 1) mentre il 52% attua una difesa di tipo chimico (ma tale domanda ha un peso pari a 0).



Figura 9- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea vendita

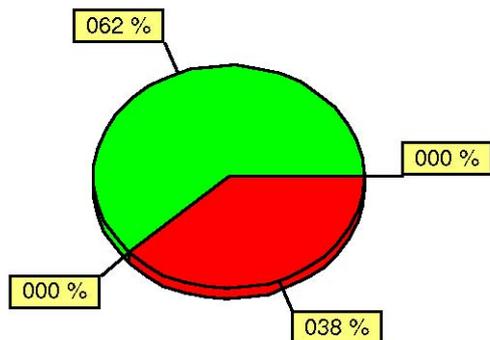


Figura 10- Media dei giudizi sintetici della macroarea vendita

Per quanto riguarda la macroarea vendita la positività è del 60% e la negatività è del 40%; vi sono solo 2 items, entrambi con peso 1.

Il 60% delle aziende utilizza un canale di vendita con proprio marchio e il 64% vende all'ingrosso il prodotto sfuso.



Figura 11- Andamento dei giudizi sintetici della macroarea economia

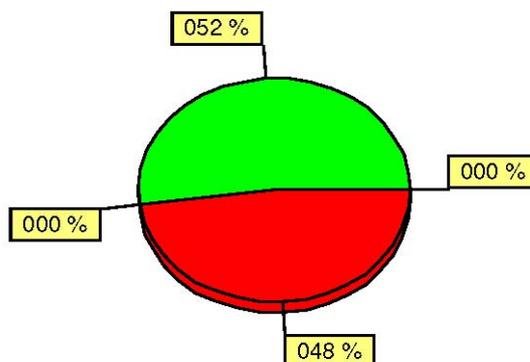


Figura 12- Media dei giudizi sintetici della macroarea economia

FILIERA MIELE/DOLCIARIO-II ANNUALITA'

Infine, per la macroarea "economia", la positività registrata è del 52% di contro ad un 48% di negatività. Per quanto riguarda l'item con peso 2, ben il 52% delle aziende non conosce i costi di produzione mentre, per l'item con peso 1, si registra un 40% di aziende che non invasettano il miele con proprio marchio: il 60% delle aziende procede ad invasettare il miele con proprio marchio.

Passando ad una descrizione dei dati reperiti, è necessario puntualizzare che essi vanno interpretati secondo una triplice prospettiva:

1) Statistica: I risultati ottenuti dall'elaborazione statistica dei dati (eseguita con l'ausilio del programma S.P.S.S. - versione 12.0 - e prodotti, a loro volta, dalla raccolta delle informazioni con l'ausilio del programma SIM – Sistema Integrato di Monitoraggio), rendono possibile una visione di insieme delle aziende evidenziando tutte le peculiarità e le analogie;

2) Strategica: dall'evidenziazione delle variabili che incidono maggiormente nei processi produttivi e di vendita, è possibile individuare le linee strategiche per lo sviluppo economico della filiera;

3) Economico – produttiva: l'analisi congiunta di tali dati, con quelli già presenti nel quadro socio-economico provinciale, contribuisce alla analisi della realtà produttiva della provincia di Benevento.

Le venticinque aziende monitorate, pur essendo diffuse in diverse aree della provincia, sono concentrate, nella maggioranza dei casi (44%) nell'area del Tammaro ossia nella zona centro-settentrionale della provincia.

Tabella 5- Presenza delle aziende sul territorio

Comune	N° Aziende	%
NR	1	4
Benevento	2	8
Buonalbergo	3	12
Casalduni	1	4
Castelvenere	1	4
Circello	5	20
Faicchio	1	4
Morcone	3	12
Ponte	2	8
San Bartolomeo in Galdo	1	4
San Lorenzello	1	4
Sant'Agata de' Goti	2	8
Solopaca	1	4
Torrecuso	1	4
Totale	25	100

Fonte: *Ns.elaborazione*

Tabella 6- Presenza delle aziende nelle aree territoriali

Aree/comunità montane	N° Aziende	%
NR	1	4
Colline beneventane	2	8
Fortore	4	16
Tammaro	11	44
Valle telesina	1	4
Titerno	2	8
Taburno	4	16
Totale	25	100

Fonte:Ns.elaborazione

Gli indicatori utilizzati al fine di stimare la sicurezza del prodotto sono stati i seguenti:

- la presenza o meno dell'autorizzazione veterinaria;
- il tipo di difesa dai parassiti;
- la conduzione aziendale col metodo della lotta biologica;
- l'attuazione o meno della prevenzione da peste americana;
- il tipo di costruzione delle arnie;
- la presenza o meno di analisi dei residui sul miele.

Gli indicatori relativi al processo produttivo, invece, sono i seguenti:

- Metodo di smielatura;
- Sala smielatura;
- Filtratura del miele.

Delle aziende monitorate, solo 4 non hanno l'autorizzazione veterinaria e 3 non attuano difesa parassitaria; quasi la metà, invece, attua la difesa chimica (12 aziende) e una minoranza rilevante (9 aziende) pratica la difesa biologica.

La conduzione con lotta biologica riguarda solo 7 aziende.

La metà delle aziende effettua le analisi dei residui sul miele (12 aziende) e in 7 aziende sono stati rilevati residui di pesticidi e in 6 aziende residui di tetracicline.

Solo un terzo delle aziende ha dichiarato di fare prevenzione dalla peste americana o da altre malattie mentre quasi tutte le aziende, 20 su 25, hanno le arnie costruite completamente con materiali atossici.

Tra tutte le aziende, circa metà pratica trattamenti di copertura di tipo biologico.

In linea generale, riguardo l'idoneità delle sale di smielatura e dell'intero assetto produttivo, la situazione delle aziende monitorate è confortante.

Per quanto riguarda il numero di arnie, il 79% delle aziende, non supera le 200 arnie (200 famiglie attive), di cui il 40% possiede al massimo 50 arnie; l'azienda più piccola possiede 10 arnie e, quella più grande, invece, ne possiede 500.

Nove aziende non hanno dichiarato il numero di arnie, e il numero medio di arnie registrato è pari a 128 per ogni azienda.

Dall'analisi dei dati è facile evincere che nell'area del Tammaro non solo vi è il più alto numero di aziende monitorate ma vi è anche la produzione più alta nell'ambito dell'intero contesto provinciale.

Le aziende appartenenti alla sola area del Tammaro producono in media oltre 11.000 kg di miele all'anno; solo una delle aziende appartenenti alla zona produce 20 kg invece l'azienda che produce maggiormente raggiunge 30.000 kg annui.

La produzione di miele è in media di 7.539 kg annui ad azienda con metà che non superano però i 2.000 kg annui.

Per quanto riguarda la produzione di propolis, pappa reale e polline bisogna sottolineare che queste produzioni sono davvero esigue e riguardano poche aziende: solo 4 producono polline e solo 5 producono pappa reale, mentre il propolis viene prodotto da 12 aziende.

Comunque, si tratta nella stragrande maggioranza dei casi di pochissimi kg all'anno, tranne alcune eccezioni dove si raggiungono diverse centinaia di kg (cfr. il rispettivo valore massimo per ogni distribuzione rappresentata nella tab. 14).

La media di polline e pappa reale è pari ad 1 kg annuo tranne in due casi, che registrano l'uno 400 kg annui di pappa reale e l'altro 500 kg di polline.

Più significativa è la produzione di propolis che riguarda 12 aziende.

La produzione media è di 11,8 kg annui: anche in questo caso la distribuzione è molto piatta ed eterogenea, con solo la metà delle aziende produttrici che produce 10 o più kg ed una sola che ne produce 200.

Si riporta, di seguito, una tabella che sintetizza le varietà produttive e le quantità medie prodotte per azienda:

Tabella 7- Varietà produttive

Varietà produttiva	Quantità media (in Kg)
Miele di Acacia	1.411,13
Melata di Bosco	1.168,18
Miele di Castagno	1.109,74
Miele Millefiori	991,74
Miele di Sulla	873,57
Altre varietà	1.317,83
Pappa Reale	17,52
Propolis	11,83
Polline	23,35

Fonte:Ns.elaborazione

Se si considera, invece, la produzione di miele diversificandola a seconda della varietà monofloreale, risulta che l'acacia è il miele che in media viene prodotto maggiormente (1.411 kg annui ad azienda).

Tra le produzioni significative, il miele di sulla e di millefiori hanno una produzione media inferiore al valore medio della produzione dell'acacia (873 kg - valore medio di produzione di sulla, 991 kg - valore medio di produzione di millefiori).

Tuttavia, la produzione di melata è per alcune aziende di 5 o 6 volte superiore alla relativa media (1.168 kg annui ad azienda) a differenza di quanto avviene col miele di castagno dove non ci sono aziende che arrivano a livelli produttivi così elevati rispetto alle altre (1.109 kg annui di miele di castagno prodotti per azienda).

Solo il 12 % delle aziende è monoprodottrice mentre il 44 % ha una produzione semi-diversificata (2-3 qualità monofiore prodotte).

Infine, vi è un altro 44 % che produce più di tre qualità monofiore.

All'interno di ogni gruppo di azienda- monoprodottrice, semidiversificata o diversificata- la realtà è molto eterogenea: si va da aziende che producono poco ma differenti qualità a grandi aziende che possono produrre una sola qualità ma in grande quantità, e viceversa.

Tuttavia vanno sottolineati alcuni aspetti; innanzitutto tra le aziende monoprodottrici vi è una piccola minoranza che produce così poco da far abbassare la media produttiva del gruppo a soli 236 kg di miele annui, al contrario tra le semidiversificate vi sono alcune aziende che producono tanto da far innalzare la media a 2.575 kg annui. Per quanto riguarda il canale distributivo, più della metà delle aziende monitorate ha dichiarato di praticare la vendita del prodotto sfuso.

Non vi è una vera e propria associazione tra le variabili relative alla distribuzione e l'area in cui esse producono, tuttavia si può affermare che le imprese del Tammaro, l'area a maggiore dedizione, sono più portate alla vendita del prodotto sfuso.

Questo dato è rafforzato se si incrocia l'area delle aziende con la presenza di un canale distributivo con proprio marchio.

Nel Tammaro sono state monitorate più imprese perché questa è la zona a maggiore vocazione, tuttavia in questa area le imprese sono caratterizzate dal fatto di non avere un canale di vendita con proprio marchio.

Al contrario nel Fortore, dove la realtà produttiva tra le aziende di miele è meno eterogenea (sono solo 4 aziende), quasi tutte le aziende monitorate (3 su 4) hanno un canale di vendita con proprio marchio.

2.2.1. Conclusioni

Dalle operazioni di monitoraggio è emerso un quadro descrittivo sintetico delle aziende produttrici di miele che partecipano al Progetto Pilota.

Ancora una volta, si evince il punto di debolezza costituito dal canale distributivo: fattore che indebolisce un comparto di "nicchia" come quello del miele.

Tale comparto costituisce, comunque, una potenzialità sulla quale vale la pena investire: basti pensare ai bassi costi di produzione e ai potenziali sbocchi di mercato (pappa reale). Per il momento non è possibile registrare una realtà molto eterogenea che caratterizza lo stesso Tammaro, l'area più dedita alla produzione di miele.

In conclusione, i dati sono stati sottoposti all'analisi multivariata attraverso la tecnica dell'ACP (Analisi delle Componenti Principali) e dalle 10 variabili cardinali più significative e, attraverso la matrice di correlazione, si è giunti ad una "scrematura" che ha ridotto le variabili a 6.

Di qui, attraverso differenti iterazioni, si è giunti all'estrapolazione di un solo fattore, l'unico ritenuto significativo, dato lo scarso numero di variabili.

Attraverso il processo di affinamento, infine, le variabili più legate a questo fattore sono risultate 4: la percentuale di costi fissi, il numero di qualità monofiore prodotto, i chilogrammi di miele prodotti in un anno ed i chilogrammi di polline prodotti nello stesso arco temporale.

Il fattore estrapolato spiega il 57% della varianza totale delle 4 variabili selezionate.

FILIERA MIELE/DOLCIARIO-II ANNUALITA’

Per giungere a costruire l’indice relativo a questo fattore sono stati presi in considerazione i pesi fattoriali (o componenziali) delle variabili analizzate³.

Con il calcolo dei coefficienti componenziali, infine (il contributo netto di ogni variabile al fattore, cioè il contributo alla varianza del fattore da parte di una singola variabile al netto dell’influenza delle altre variabili), è stato possibile “pesare” le singole variabili, costruire un indice ponderato e, dunque, classificare le aziende per il loro punteggio sull’indice.

Il fattore, e quindi l’indice, date queste variabili e i relativi pesi componenziali, può essere interpretato come “il grado di sviluppo di una produzione elevata e diversificata”.

Tabella 8- Paniere finale degli indicatori

	percentuale costi fissi	numero qualità monofiore	kg annui di miele prodotto	kg annui di polline prodotto
percentuale costi fissi	1,000	0,407	0,366	0,284
numero qualità monofiore	0,407	1,000	0,713	0,279
kg annui di miele prodotto	0,366	0,713	1,000	0,464
kg annui di polline prodotto	0,284	0,279	0,464	1,000

Tabella 9 - Varianza delle variabili riprodotta dai fattori

Componenti	AUTOVALORI		
	Totale	Percentuali di varianza spiegata	Percentuali cumulate di varianza spiegata
1	2,287	57,186	57,186
2	0,756	18,907	76,093
3	0,705	17,615	93,708
4	0,252	6,292	100,000

Tabella 10- Pesi componenziali sulla componente estrapolata

	Pesi componenziali Componente 1
percentuale costi fissi	0,652
numero qualità monofiore	0,830
kg annui di miele prodotto	0,875
kg annui di polline prodotto	0,639

³ Il peso componenziale è interpretabile come la correlazione tra una singola variabile e la componente/ fattore.

Tabella 11- Coefficienti componenziali sul fattore estrapolato

	Componenti	
	1	2
percentuale costi fissi	,285	-,361
numero qualità monofiore	,363	-,451
kg annui di miele prodotto	,383	-,029
kg annui di polline prodotto	,279	,994

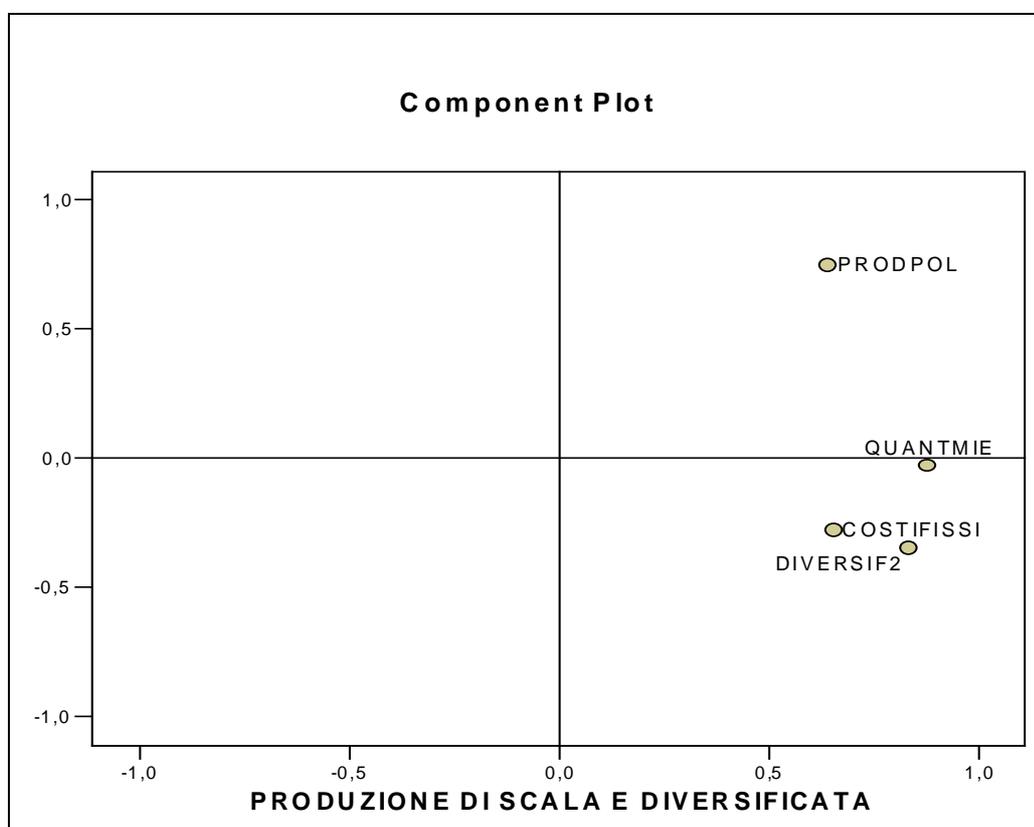


Figura 13 - Fattore produzione elevata e diversificata

Sulla base dell'indice costruito si può elaborare un diagramma di dispersione (scattergram) per comprendere come si collocano le 25 aziende monitorate rispetto al fattore "sviluppo di produzione di elevata e diversificata".

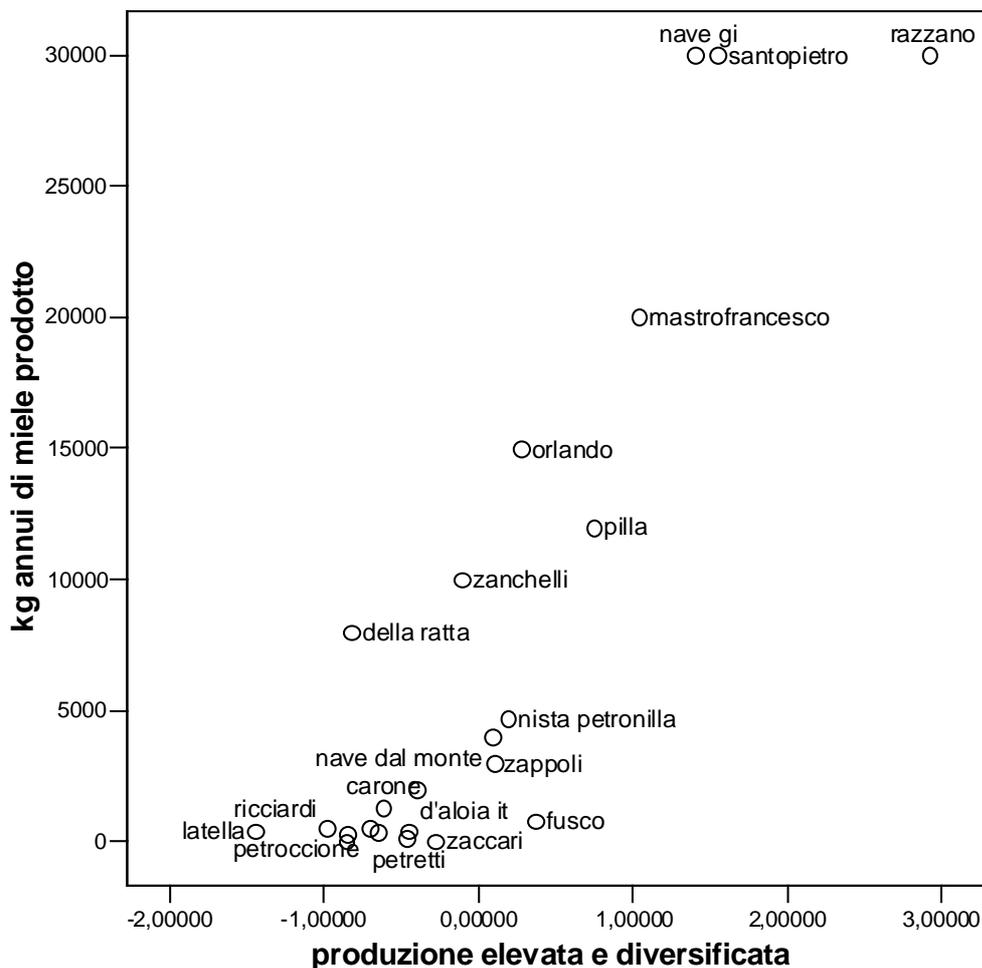


Figura 14 - Distribuzione aziende per grado di distribuzione

Solo 4 sono le aziende che coniugano la produzione elevata ad una diversificazione dell'offerta: l'Azienda Razzano, l'Azienda Nave Giovanni, l'Azienda Santopietro e l'Azienda Mastrofrancesco. Al centro del grafico vi sono le aziende che o producono molto, ma in modo poco diversificato o che sono diversificate ma producono poco. A sinistra, si collocano le aziende che hanno una produzione scarsa e poco differenziata.

Il punteggio va da + 3 (produzione elevata e diversificata) a - 1,5 (aziende poco diversificate e con scarsa produzione).

2.2.2 Le analisi sui campioni prelevati: i primi risultati

Allo stato attuale, sono state completate le analisi solo su alcuni campioni di quelli presentati per l'analisi chimico – fisica all'Università di Portici.

A tutti i campioni sono stati rilevati i valori delle seguenti componenti:

- Acqua;
- Ceneri;
- Acidità libera;
- Contenuti di sostanze insolubili in acqua;
- Contenuto apparente di zuccheri riduttori;
- Indice diastatico;
- Idrossimetilfurfurale (HMF).

Le componenti prevalentemente predominanti nel miele sono gli zuccheri e l'acqua che rappresentano complessivamente oltre il 96% del totale della composizione del campione.

Il rimanente 4% è da ascrivere a sostanze che, se pur presenti in quantità limitate, hanno una notevole importanza sia per l'alto valore biologico di alcune di esse, sia perchè concorrono a determinare le caratteristiche specifiche di un miele. Proprio per questo motivo, non risulta idoneo parlare di un' unica sostanza: "miele", bensì di mieli ben differenziati l'uno dall'altro.

Acqua: Il miele viene opercolato dalle api quando il suo tenore percentuale in acqua si attesta intorno al 17N%; l'acqua che vi è presente al momento della smielatura è quindi quella residua sulla materia di partenza, che è stata sottoposta a concentrazione e a maturazione: il suo livello varia con il variare di numerosi fattori. Si deve comunque sottolineare che il contenuto in acqua del miele può variare dopo la smielatura, e in particolare durante la conservazione, aumentando o diminuendo in funzione dei trattamenti eseguiti e delle condizioni di immagazzinamento.

In particolare il miele, essendo una miscela igroscopica può facilmente assorbire acqua dall'ambiente, che quindi deve essere sempre il più asciutto possibile.

D'altra parte occorre sottolineare che il contenuto in acqua di un miele è una delle sue caratteristiche salienti, in quanto da esso dipende la serbevolezza del prodotto del prodotto e quindi il suo valore; può essere misurato dall'apicoltore con sufficiente precisione mediante refrattometri portatili tarati appositamente.

Zuccheri: Pur con una certa variabilità, gli zuccheri sempre predominanti nel miele e che influenzano più direttamente le sue qualità distintive sono i monosaccaridi glucosio e fruttosio; quest'ultimo è quasi sempre presente in percentuale maggiore, con poche eccezioni (per i mieli di colza e tarassaco).

Accanto ai due monosaccaridi citati, che nell'insieme rappresentano dall'11,85% al 90% degli zuccheri del miele, si trovano disaccaridi (zuccheri composti da due monosaccaridi uguali o diversi) come il saccarosio (che per legge non deve superare il 5% del totale) il maltosio e l'isomaltosio e zuccheri superiori come il melezzitosio (un trisaccaride caratteristico dei mieli di melata) e il raffiniosio. Molti di questi zuccheri non sono presenti nel nettare e lo sono in percentuale diversa, ma l'azione degli enzimi delle api e degli acidi formati nei processi di maturazione e conservazione modificano in modo sensibile lo spettro glucidico del prodotto, rispetto ai materiali di partenza.

Acidi: Come gli zuccheri, anche gli acidi presenti nel miele sono, almeno in parte, dovuti ad apporti delle api. Si tratta di vari acidi inorganici e organici, tra i quali predomina l'acido gluconico; nell'insieme concorrono alla formazione dell'aroma del miele, favoriscono la stabilità del prodotto e ne determinano il pH, che generalmente varia da 3,5 a 4,5 (campo acido).

Idrossimetilfurfurale: Per degradazione del fruttosio in presenza di acidi, nel miele si forma idrossimetilfurfurale, composto indicato con la sigla HMF. Generalmente nel miele fresco è assente oppure presente in quantità minime (0,06 – 0,2 mg/kg), mentre aumenta con l'invecchiamento del prodotto soprattutto se questo è stato mal conservato, e con riscaldamento, che determina una sorta di "invecchiamento biologico" del miele. Questa sostanza viene quindi generalmente misurata nei mieli per stabilirne la qualità e lo stato di conservazione: in breve un valore elevato di HMF è un indice di miele vecchio, mal conservato o riscaldato.

Si riportano qui di seguito i valori rilevati nell’analisi di 5 campioni pervenuti:

Tabella 12: Risultati delle analisi dei campioni

NR.	TIPOLOGIA	COMPONENTI RILEVATE							
		Acqua	Ceneri	Acidità libera	Sostanze insolubili in acqua	Contenuto apparente di zuccheri riduttori	Saccarosio	Indice diastatico	Idrossimetilfurfurale (HMF)
		%	%	meq/kg	%	%	%		mg/kg
178	MIELE MILLEFIORI	16,1	0,1	10,6	0,0008	71,8	2,66	12,5	1,44
179	MIELE ACACIA	16,6	0,05	11,8	0,0004	73,1	2,46	12	assente
171	MIELE	17,5	0,31	16,1	0,0009	72,6	4,51	25,1	7,89
169	MIELE	17,8	0,65	7,58	0,01	69,3	3,83	20,7	0,96
160	MIELE MIELLEFIORI	16,3	0,12	16,2	0,029	69,4	3,14	11,3	3,54

Dall’analisi dei valori riportati nella precedente tabella, si possono trarre le seguenti preliminari conclusioni da confermare e approfondire con i risultati delle analisi dei prossimi campioni.

Tutti i campioni in analisi hanno dato degli ottimi esiti per quanto riguarda il contenuto in acqua che è sempre stata rilevata al di sotto del 18%; fatto questo che unito alla bassa acidità libera, ed il limitato contenuto di Idrossimetilfurfurolo, si può ritenere che il miele ha una buona possibilità di conservazione con una elevata shelf-life.

I contenuti di sostanze insolubili in acqua, sono sempre stati ben al di sotto dei parametri di legge e, pertanto, si possono ritenere dei mieli ad elevata digeribilità ed a bassa contaminazione da parte di sostanze estranee; il che è rapportabile all’utilizzo di buone pratiche di produzione.

I contenuti di zuccheri totali abbastanza elevati, e le quantità di saccarosio abbastanza basse, fanno risalire sempre alla applicazione di buone pratiche di produzione oltre che ad un elevato valore n.

Dall’analisi dei valori riportati nella precedente tabella, si possono trarre le seguenti preliminari conclusioni da confermare e approfondire con i risultati delle analisi dei prossimi campioni.

Tutti i campioni in analisi hanno dato degli ottimi esiti per quanto riguarda il contenuto in acqua che è sempre stata rilevata al di sotto del 18%; fatto questo che unito alla bassa acidità libera, ed il limitato contenuto di Idrossimetilfurfurolo, si può ritenere che il miele ha una buona possibilità di conservazione con una elevata shelf-life.

I contenuti di sostanze insolubili in acqua, sono sempre stati ben al di sotto dei parametri di legge e, pertanto, si possono ritenere dei mieli ad elevata digeribilità ed a bassa contaminazione da parte di sostanze estranee; il che è rapportabile all'utilizzo di buone pratiche di produzione.

I contenuti di zuccheri totali abbastanza elevati, e le quantità di saccarosio abbastanza basse, fanno risalire sempre alla applicazione di buone pratiche di produzione oltre che ad un elevato valore nutrizionale del prodotto.

2.3 I prodotti e i processi

2.3.1 Processi e sistemi produttivi

I processi produttivi maggiormente utilizzati in Italia, si basano prevalentemente su un'apicoltura nomade ad ampio raggio; è ben noto che i più grossi produttori praticano nomadismo su scala nazionale.

L'arnia più diffusa è la Langstroth da 10 telaini con nido e melari sovrapponibili.

I più grossi produttori sono presenti prevalentemente in Lombardia, Toscana, Piemonte ed Emilia Romagna, ma hanno postazioni presenti anche nelle zone più floride d'Italia, dal punto di vista nettario.

Alcuni di essi praticano anche in zone lontane anche a 1.200 Km dalla propria sede infatti, hanno postazioni in Sardegna, Sicilia, nella zona della ex Bonifica Pontina, nella Valle del Basento e nel Metapontino.

Molto spesso, a livello nazionale, sono presenti grosse realtà che, oltre alla produzione primaria ed alla trasformazione, hanno avviato con successo canali di vendita propri con prodotti tipici a marchio proprio.

Le principali essenze di miele prodotte sono: Miele Millefiori, Miele di Acacia, Miele di Borrachine, Miele di Ciliegio, Miele di Arancio, Miele di Castagno, Miele di Sulla, Miele di Erba Medica, Miele di Trifoglio, Melata di Bosco, Miele di Corbezzolo, Miele di Cardo, Miele di Agrumi, Miele di Eucalipto, Miele di Tiglio, Miele di Girasole, Miele di Timo, Miele di Tarassaco, Miele di Lavanda, Miele di Rododendro e Miele di Rosmarino.

I sistemi produttivi, utilizzati in provincia di Benevento, sono tradizionali e fortemente radicati sul territorio. Le aziende, molte delle quali esercitano l'attività apistica da oltre 50 anni, hanno sviluppato un proprio *Know how* spesso fatto di piccole variazioni sull'arnia standard.

Anche se alcuni elementi, come le strutture per le arnie, sono ormai standardizzati in tutta la provincia, altri dipendono da molti fattori, come le condizioni meteorologiche del luogo di produzione in legno.

Gli apparecchi per escludere le regine non sono molto diffusi e, anche a rischio di ritrovarsi covata nei melari, non sono utilizzati in quanto si ritiene che possano interagire negativamente sull'attività riproduttiva della regina.

Nessuno utilizza un sistema con due regine.

Esistono svariati metodi per allevare le colonie: spesso si usa sciroppo di mais ad alto concentrato di fruttosio, così come saccarosio; in alcuni casi, invece, vengono preparate delle paste con miele invenduto o di scarsa qualità e frutta autunnale essiccata, come prugne e fichi.

Alcuni apicoltori usano congegni di alimentazione a telaio ma, la maggior parte, usa nutritori dall'alto con cui è possibile immagazzinare grosse quantità di cibo molto velocemente.

Molte api regine vengono prodotte dagli stessi apicoltori e, in alcuni casi, anche vendute. La maggior parte dei grandi apicoltori nomadi produce in proprio le celle ed alleva le api regine.

Presso gli apicoltori di maggiori dimensioni (circa mille arnie), si è riscontrata la presenza di "una azienda nell'azienda"; spesso, infatti, si realizzano in proprio le arnie avendo una vera e propria falegnameria attrezzata in azienda.

Molti apicoltori conducono un'attività itinerante sia per superare i rigori dell'inverno, sia per scopi di produzione o di impollinazione.

Molti apicoltori itineranti utilizzano unità composte da quattro alveari, applicando clip metalliche per mantenere lo spazio necessario tra ogni alveare e ponendo le quattro cassette su pedane da 120x120cm, al fine di mantenere l'alveare in posizione eretta durante il trasporto e, per facilitare le operazioni di carico, scarico e allocazione dell'apiario sulle zone di produzione; utilizzano camion ed automezzi per il trasporto con piccoli carrelli elevatori.

Passando all'analisi del processo produttivo, si nota che il ciclo produttivo (o annata apistica) inizia il primo Marzo dell'anno n e termina il 28 Febbraio dell'anno $n+1$.

La conduzione dell'apiario avviene con le seguenti fasi di lavorazione:

Tabella 13- Fasi di lavorazione apiario

Periodo	Lavorazione
01/03-30/04 (n)	Adeguamento delle arnie, sostituzione eventuali parti danneggiate, sostituzione dei fogli cerei e sistemazione melari.
01/03-15/05 (n)	Sistemazione apiari presso i diversi luoghi di produzione
15/06-15/07 (n)	Prima smielatura ed eventuale migrazione
15/07-30/09 (n)	Seconda smielatura
15/08-15/10 (n)	Trattamenti di copertura contro la varroa
15/10 (n)-01/03 (n+1)	Lavorazioni invernali(preparazione telai, sistemazione fogli cerei ecc) e visite di controllo agli apiari. In alcuni casi realizzazione delle arnie in falegnameria.

Fonte: Ns. Elaborazione

Le estrazioni del miele, vengono effettuate molto spesso automaticamente ed esistono apparecchiature in grado di maneggiare 12-24 telai al minuto.

Alcune di queste apparecchiature sono dotate di lame rotanti, lame vibranti, o disopercolatrici.

Per l'estrazione del miele viene utilizzata l'apparecchiatura di estrazione a centrifuga. Sono inoltre di pratica comune apparecchi per l'estrazione a mulinello orizzontale o verticale.

Molti apicoltori continuano a maneggiare un alveare alla volta, ma si sta incrementando l'uso di apparecchi che permettono di caricare e scaricare gli alveari senza toccarli.

Esistono molti metodi per separare il miele dalla cera.

Il tipo di apparecchiatura utilizzata, condiziona il modo in cui tale separazione avviene.

Certi strumenti, ad esempio, devono essere bloccati periodicamente per rimuovere l'accumulo di cera.

Alcuni apicoltori utilizzano degli apparecchi di liquefazione laddove non è possibile interrompere il processo di estrazione nell'arco della giornata.

Questo sistema è molto delicato poiché bisogna fare attenzione che il miele non si surriscaldi e non diventi scuro ("denaturazione degli zuccheri"); al fine del funzionamento ottimale dell'apparecchiatura, infatti, il miele deve assumere una consistenza fluida .

In genere il miele viene immagazzinato in fusti con coperchio da 210litri pari a circa 270Kg .

La trasformazione del miele è influenzata dalle preferenze del consumatore. Solitamente si preferisce un prodotto molto chiaro, che deve essere filtrato.

Altro elemento insolito é il fatto che circa il 50% del miele viene consumato e usato come ingrediente.

Si riescono, comunque, ad ottenere dei mieli monofloreali anche se la maggior parte del prodotto viene venduto come miscela o miele multifloreale.

La maggior parte delle aziende, non procedendo a vendita con proprio marchio in vaso utilizza i fusti che vengono immagazzinati per essere sottoposti a trasformazione in un momento successivo.

La maggior parte del miele si cristallizza prima che l'invasettatore lo manipoli.

Il miele utilizzato come ingrediente viene venduto in secchielli di plastica da 19lt e fusti da 210lt.

Per riempire i vari contenitori si utilizzano apparecchi a valvola pre-tarati.

Le aziende più grandi utilizzano bilance in grado di pesare i contenitori vuoti e pieni.

Come materiale per il confezionamento si è ritornati, negli ultimi 10 anni, dalla plastica al vetro influenzando notevolmente il tipo di macchinario utilizzato per il packaging.

Esistono molte imprese di trasformazione di piccole dimensioni che riempiono i contenitori uno alla volta con valvole manuali e, sempre manualmente, applicano le etichette e i coperchi.

Altre imprese, invece, solitamente di più grandi dimensioni, applicano queste operazioni con procedure automatizzate ad una velocità tale da confezionare dalle 10 alle 50 confezioni al minuto.

L'operazione di riempimento avviene in genere a 49-55° C quando il prodotto è ancora liquido e al fine di ritardarne la cristallizzazione.

2.3.2 Gli areali di produzione e le flore nettariifere

Le zone di produzione delle aziende visitate, ricadono nelle zone appenniniche centro-meridionali e, più nello specifico, come areali di produzione della Campania interna.

All'interno della provincia di Benevento, si possono distinguere tre grosse macroaree: Fortore; Valli Morconesi e Mutria; Taburno - Valle Caudina e Telesina.

Va, comunque, evidenziato che le aziende di maggiori dimensioni, quelle aventi almeno 250 arnie, praticano sistematicamente nomadismo a medio raggio, raggiungendo altri areali come Metapontino, Puglia e Basso Lazio.

Nella provincia di Benevento, la suddivisione delle aree nettariifere è costituita tre macroaree:

- Area Valle Telesina e Valle Caudina
- Area Monte Taburno e Partenio e Matese-Monte Mutria
- Area Fortorina e Colline Beneventane

Di seguito, vengono schematizzate le flore nettariifere per aree omogenee:

Tabella 14-Flore Nettariifere presenti

Area	Flore nettariifere predominanti
Area Valle Telesina e Valle Caudina	Acacia Borragine Ciliegio Arancio Melata
Area Monte Taburno e Partendo e Matese-Monte Mutria	Castagno Ciliegio Melata
Area Fortorina e colline Beneventane	Borragine Sulla Erba medica Trifoglio(Cardo)

Fonte: Ns. Elaborazione

2.3.3 Mieli realizzabili

Dalle aree nettariifere presenti nella provincia di Benevento si possono ricavare le seguenti produzioni :

- Miele Millefiori
- Miele di Acacia
- Miele di Borragine
- Miele di Ciliegio
- Miele di Arancio
- Miele di Castagno
- Miele di Sulla
- Miele di Erba Medica
- Miele di Trifoglio
- Melata di Bosco

Oltre ad esse potrebbero essere realizzate altre tipologie di Miele di nicchia come quello di agrumi o di fiori di campo.

Le differenti tipologie censite, precisamente, sono circa 23 tipologie anche se, quelle su cui potrebbe potenzialmente puntare l'apicoltura sannita, sono sopra elencate.

Ulteriori tipologie di miele, inoltre, si potranno ottenere tramite il nomadismo ossia stanziando le arnie fino a circa 500km di distanza dall'area designata, per ottenere altri miele di più rara tipologia come quello di Eucalipto e di Tiglio.

CAPITOLO 3: ECONOMIA E GESTIONE DELLE AZIENDE APISTICHE

Con la realizzazione delle attività di monitoraggio, si è osservato che molte aziende apistiche mancano di una discreta competenza tecnica per la gestione delle proprie risorse.

Per risorse, si intendono non solo gli investimenti aziendali, le immobilizzazioni e il "capitale tecnico – economico" in dotazione bensì, anche quelle risorse immateriali meglio conosciute come "intangibile assets".

Tra questi ultimi elementi occupa una posizione rilevante il Know – how delle aziende locali, che rappresenta una notevole risorsa sia per il territorio sia per il tessuto imprenditoriale di settore.

Come già detto nell'ambito della descrizione delle fasi produttive, gli apicoltori locali, con la loro esperienza pluriennale, hanno maturato delle metodologie di lavoro del tutto proprie e specializzate anche se, con riferimento alle loro "skills professional", non hanno ancora maturato una visione "Marketing oriented" della propria azienda.

Queste particolari criticità, spingono a realizzare una sorta di "Modello Gestionale dell'Azienda Apistica" relativamente alla gestione tecnico – operativa dei tangibile assets parallelamente a un "Modello di Azienda Marketing Oriented", entrambi da proporre alle aziende in sede di assistenza tecnica.

Con riguardo all'aspetto gestionale, i motivi che hanno spinto alla formazione di un modello, sono stati i seguenti:

Strumenti di gestione economica piuttosto primitivi: essi riflettono un'attitudine che non considera né l'attività di programmazione economica né quella di controllo consuntivo, quale primari strumenti di screening aziendale sull'attività produttiva;

Scarse competenze economico – gestionali anche tra gli operatori di maggior capacità;

Forte domanda di qualificazione sia sotto il profilo economico – gestionale che tecnico - produttivo;

Difficile determinabilità del rapporto costi fissi/costi variabili sul totale dei ricavi e mancanza di autonomia reddituale nella maggior parte delle imprese che praticano l'apicoltura come attività di integrazione del reddito.

3.1 Modello di gestione dell'azienda apistica⁴

Tra le principali variabili che incidono sulla gestione economica di un'azienda apistica, il costo di produzione del miele e gli aspetti economici ad esso connessi risultano essere, per gli apicoltori, dei problemi di difficile gestione, sia quando tale attività risulta l'impiego principale sia, in particolar modo, quando l'apicoltura viene intesa come integrazione di reddito.

Nella maggioranza delle interviste effettuate presso le aziende, infatti, si è verificato che gli imprenditori praticanti apicoltura quale "*attività complementare*", tendono a confondere la gestione dei costi specifici dell'attività apicola con quelli dell'attività prevalente.

In tal senso, l'assenza di una contabilità analitica e specializzata, rende la remunerazione dei costi produttivi di carattere "globale"; non sarà possibile, quindi, identificare, in sede di determinazione del reddito di esercizio, la stessa quota di reddito imputabile alla gestione dell'attività prevalente e a quella dell'attività apistica.

Tale distinzione si renderebbe, invece, necessaria, qualora si volesse valutare il grado di "autonomia reddituale" dell'attività e, di conseguenza, quantificare oggettivamente le quote di costo necessarie per l'esercizio dell'impresa.

Con una "maggiore chiarezza" nella prospettiva consuntiva, quindi, si stimolerebbe ad una maggiore "programmaticità economica" delle attività e dei costi che vedranno l'investimento di ulteriori risorse economiche e/o finanziarie per una maggiore redditività.

Man mano che gli investimenti aumentano, aumenteranno di pari passo anche le dimensioni strutturali dell'attività e, gli apicoltori, si sentiranno "costretti" a rafforzare la propria attività sino a renderla totalmente autonoma.

Delle aziende monitorate, solo 10 su 25 conoscono la struttura dei propri costi; per struttura di costi si intende la distinzione dei costi totali in costi fissi e costi variabili e la relativa incidenza di queste due ultime sottocategorie di costo sui costi totali.

I costi fissi, sono quei costi che non variano al variare delle quantità prodotte; solitamente sono rappresentati da costi strutturali ossia costi dei fabbricati, dei locali di smielatura, ecc.

⁴ L'elaborazione del presente capitolo, è stata eseguita sulla scorta di uno studio effettuato dall'UNAAPI – MIPAF, nell'ambito del "Progetto di iniziative di assistenza tecnica per la razionalizzazione produttiva nel settore apistico" – I Quaderni dell'Apicoltore: "Economia dell'Azienda Apistica"

I costi variabili, invece, sono quei costi che variano in relazione alla quantità prodotta e sono rappresentati solitamente da costi di manutenzione, costi sostenuti per la nutrizione del bestiame, costi per i presidi sanitari, costi di acquisto di materie prime, ecc.

In generale, per le suddette 10 aziende, la media di incidenza dei costi fissi è pari al 57,4% e solo 2 di queste aziende affermano di avere un'incidenza dei costi fissi sui costi totali pari al 73 – 74%.

Per i due casi considerati, ovviamente, l'elevata incidenza dei costi fissi è dovuta ai grossi investimenti in impianti produttivi e ai locali di smielatura eccellentemente attrezzati; si tratta, infatti, di due imprese che hanno la maggior produzione di miele e di altri prodotti apistici.

L'elevata incidenza dei costi fissi sui costi totali, in questo caso, indica che l'azienda in questione ha una struttura mediamente stabile e tendenzialmente autonoma dato il fatto che ha delle strutture proprie e specializzate nella produzione di prodotti apistici.

Come detto prima, conoscere la struttura dei costi è di vitale importanza per una corretta gestione delle imprese apistiche ai fini della determinazione del reddito d'esercizio; generalmente, infatti, l'apicoltore, trascura tutti quei fattori legati agli investimenti iniziali, ai costi fissi e ai costi variabili sostenuti per produrre le unità di prodotto.

Al fine, quindi, di introdurre un correttivo alla gestione aziendale, è necessario fissare due obiettivi:

- individuazione delle singoli voci di spesa e dei costi relativi alla produzione del miele;
- stima determinata dal confronto tra ricavi e costi di un ciclo produttivo e del reddito dell'imprenditore.

Il raggiungimento di tali obiettivi, può essere facilmente ottenuto tramite il calcolo di tre indicatori fondamentali:

- Produzione Lorda Vendibile (PLV);
- Prodotto Netto Aziendale (PNA);
- Reddito Netto Aziendale (RNA).

Si procederà alla dettagliata determinazione di queste tre variabili e alle varie correlazioni esistenti tra di esse.

DETERMINAZIONE DEI RICAVI (o Produzione Lorda Vendibile)

La Produzione Lorda Vendibile (PLV), per l’azienda apistica, può essere determinata dalle seguenti voci:

Tabella 15-Produzione Lorda Vendibile

Operazione	VOCE	DESCRIZIONE
	VALORE DEL MIELE	Quantità venduta determinata dal prezzo unitario per le quantità realizzate.
+	VALORE DEGLI ALTRI PRODOTTI APISTICI	Quantità venduta determinata dal prezzo unitario per le quantità realizzate di pappa reale, di polline, di propolis e di cera.
+/-	UTILE O PERDITA DA ALLEVAMENTO APISTICO	Incremento medio annuo espresso in valore, relativo al prodotto “alveari”, “nuclei”, “regine”. Si calcola facendo la differenza tra il valore della consistenza del bestiame a fine anno (alveari e nuclei) aumentato delle vendite e il valore della consistenza iniziale del bestiame aumentato degli acquisti. Nel caso in cui questa sia positiva si tratta di utile lordo e, come tale, costituisce un attività ai fini del calcolo del valore totale della produzione apistica; al contrario, se tale differenza risulta negativa, si realizza una perdita lorda e come tale costituisce una passività ai fini del calcolo del valore totale della produzione apistica.
+	ALTRE ENTRATE	Sono date da attività specifiche come, ad esempio, quelle di impollinazione.
+/-	SALDO SCORTE MIELE E ALTRI PRODOTTI APISTICI	Tale voce deriva dal capitale di esercizio e, precisamente, è composta dalla variazione tra un anno e un altro dei prodotti di scorta.
=	PRODUZIONE LORDA VENDIBILE	

DETERMINAZIONE DEI COSTI

I costi sono costituiti dalle spese, dagli oneri sociali e sostenuti nonché dai compensi spettanti alle persone economiche che partecipano alla produzione, necessari per mantenere sempre allo stesso livello di efficienza i capitali.

In dettaglio, i costi sono costituiti da:

Tabella 16- Determinazione dei costi

Costo	Descrizione	Costo Fisso	Costo Variabile
Spese varie (SV)	Costi relativi all'acquisto di beni strumentali e dei servizi esterni all'azienda che esauriscono la loro utilità durante un solo ciclo di produzione		
<i>Spese per nutrizione</i>			X
<i>Spese per presidi sanitari</i>			X
<i>Spese per acqua, energia elettrica, ecc.</i>			X
<i>Spese per noleggi</i>			X
<i>Spese generali</i>			X
<i>Saldo variazione scorte dei mezzi produttivi</i>			X
Quote (Q)	Costi di competenza di un esercizio e necessari per mantenere in efficienza i fattori a lungo ciclo di utilizzo; sono riferiti al CAPITALE FONDARIO e al CAPITALE DI ESERCIZIO ⁵		

⁵ Il capitale di esercizio, a sua volta, è costituito dal capitale di scorta che comprende:

1. Scorte vive, costituite dal bestiame;
2. scorte morte, costituite da macchine e attrezzi;
3. prodotti di scorta, costituiti da miele, pappa reale, polline, cera, ecc.

Altra componente del capitale di esercizio è il capitale di anticipazione (comprendente la liquidità necessaria per avviare i cicli produttivi in attesa dei ricavi).

FILIERA MIELE/DOLCIARIO-II ANNUALITA'

Quote di reintegrazione	Valore medio annuo di svalutazione dei capitali fissi; queste quote vengono calcolate su: - capitale fondiario : prodotto del costo di ricostruzione a prezzi attuali del fabbricato per l'aliquota di reintegrazione - macchine ed attrezzi : rapporto tra il valore di reintegrazione (costo di acquisto al prezzo attuale delle macchine o attrezzi) e la durata in anni presunta della macchina	X	
Quote di manutenzione	- capitale fondiario : prodotto del costo di ricostruzione a prezzi attuali del fabbricato per l'aliquota di manutenzione - macchine ed attrezzi : prodotto del valore del capitale macchine mediamente impegnato per l'aliquota di manutenzione	X	
Quote di assicurazione	somma annua corrisposta alle società di assicurazione per garantire i capitali da possibili sinistri (incendi, responsabilità civile, furti, ecc)	X	
Imposte tasse e contributi (T)		X	
I Salari e i stipendi (S)		X	
I canoni di affitto (C)		X	
Gli interessi (I)		X	

INDICATORI DI REMUNERATIVITA'

Quantificati i ricavi e costi, sarà possibile giungere a determinare i compensi spettanti alle persone economiche che hanno fornito i fattori produttivi all'azienda.

I parametri per determinare tali risultati sono:

1. Il Prodotto Netto Aziendale (PNA): insieme delle remunerazioni spettanti alle persone economiche intervenute nel processo produttivo.

Il PNA è così determinato:

$$\text{PNA} = \text{PLV} - (\text{SV} + \text{Q} + \text{T})$$

Questo primo risultato, considera solo ed esclusivamente quei costi inerenti l'attività di produzione in senso stretto; non sono detratti i costi del personale (Salari e Stipendi), gli Interessi passivi che si sono generati dagli investimenti effettuati nel corso dell'attività e il gettito fiscale.

Il PNA, in tal senso, rappresenta una sorta di margine di copertura per i suddetti costi.

2. Reddito netto aziendale (RNA), ossia il compenso dovuto all'imprenditore concreto per il coordinamento dei fattori produttivi e il conferimento di alcuni di essi.

L'RNA è così determinato:

$$\text{RNA} = \text{PNA} - (\text{S} + \text{C} + \text{I})$$

Detraendo dal PNA i costi generati dai fattori produttivi, si determina infine il Reddito Netto Aziendale ossia, il compenso finale dovuto all'imprenditore.

I risultati così ottenuti, consentono una valutazione dell'efficienza globale dell'azienda, ma non permette di individuare quali settori dell'attività aziendale siano più o meno efficienti o quali aspetti gestionali siano più o meno da modificare/migliorare; in tal senso una analisi simile dovrà essere corredata, tra l'altro, da un dettagliato "bilancio agrario" idoneamente predisposto alle esigenze aziendali.

3.2 Le Aziende Apistiche "Marketing Oriented"

Dinanzi alle evoluzioni dei consumi e del comportamento dei consumatori, le aziende apistiche si trovano in una posizione di caos in quanto, molte volte, non dispongono di un orientamento sufficiente che permetta loro di riscontrare, capire e gestire nel migliore dei modi i mutamenti di scenario.

Le aziende, dinanzi a tali repentini cambiamenti, hanno bisogno, prima di tutto, di una reazione di ordine produttivo e commerciale ricorrendo al marketing sia per i problemi di impostazione generale nei confronti del mercato sia, in particolar modo, per le politiche e le strategie di commercializzazione da attivare.

Un approccio sistematico di marketing delle aziende può, senz'altro, favorire la commercializzazione dei prodotti e rispondere meglio alle particolari esigenze del consumatore.

Con il crescere della competitività sul mercato anche a livello Internazionale (si veda il caso delle importazioni di miele dalla Cina), con la necessità di incidervi direttamente e sensibilmente e con l'esigenza di sviluppare l'azienda, è necessario basare gli interventi di penetrazione del mercato su una valida, continua e mirata azione di marketing.

Conoscere il mercato, in tal senso, significa soprattutto conoscere il comportamento dei consumatori.

Tra le iniziative per l'implementazione delle filiere agroalimentari e, in particolar modo, nell'ambito della realizzazione delle attività per l'implementazione della filiera del miele, è previsto, per il prossimo anno, uno studio sui consumi locali.

Risulta necessario, in tal senso, progettare un modello di marketing valido al supporto e all'orientamento nell'approccio di mercato e alla concorrenza per gli imprenditori.

Lo studio di marketing dovrebbe trattare, in particolar modo, l'analisi dei consumi, la domanda globale e dovrà essere orientato all'offerta di un valido strumento operativo di supporto all'imprenditore.

Tale studio partirà dalla redazione di idonei questionari da sottoporre presso i principali punti vendita del mercato al fine di analizzare i comportamenti e le preferenze dei consumatori locali; gli step operativi per la redazione del progetto, pertanto, saranno i seguenti:

- Campionamento e interviste dei consumatori;
- Analisi cluster dei campioni e determinazione del profilo del consumatore locale di miele;
- Studio e progettazione di una strategia di valorizzazione del miele locale con la determinazione di:
 - 1) prezzo concorrenziale
 - 2) politiche promozionali
 - 3) canali di vendita locali, nazionali ed esteri
 - 4) innovazione di prodotto.
- Studio e progettazione di un marchio innovativo;
- Corsi di formazione in "Marketing per l'apicoltore"

CAPITOLO 4: SPERIMENTAZIONE

Le proposte principali della filiera Miele, nel campo della sperimentazione di nuove pratiche o prodotti, sono state fondamentalmente di tre tipi:

- Nuove procedure di produzione per implementare la produttività aziendale (produzione di Miele e Pappa Reale);
- Studio di fattibilità per la produzione di materie prime dall'alveare per l'industria farmaceutica ed estetica;
- Produzione di Miele di Cardo creando sinergia con la filiera energetica.

4.1 Sperimentazione e diversificazione produttiva

Con riferimento alle prime due sperimentazioni in seno alla filiera Miele, l'idea nasce dalla possibilità di creare redditi integrativi ad alto valore aggiunto per le attività apistiche.

4.1.1 Pappa reale e polline del Sannio

La produzione di pappa reale e di polline, in passato realizzata da molte aziende, viene oggi spesso tralasciata e trascurata per assenza di sbocchi di mercato. Negli ultimi anni, infatti, prodotti omologhi derivanti dal mercato extracomunitario, ed in particolare di origine cinese, sono di maggiore competitività.

La pappa reale italiana è tipicamente commercializzata in confezioni da 1Kg a prezzi di circa 500€/Kg e quella cinese viene invece importata a prezzi anche inferiori agli 80€/Kg.

L'Azienda apistica Mastrofrancesco pensa di riproporre piccole produzioni pilota.

I prodotti verrebbero realizzati con nuovi sistemi di produzione miranti alla migliore preservazione del prodotto stesso.

Si procederà all'allestimento di dieci alveari doppi predisposti con celle per pappa reale anziché melari.

Nella seconda fase del raccolto si procederà al prelievo della pappa reale che andrà posta immediatamente, in flaconata in confezioni da 10grammi, in catena di conservazione a 4° C.

Per il polline si punterebbe alla produzione innovativa di prodotto fresco da conservarsi a -18° C, preservando inalterate tutte le proprietà nutritive, al contrario delle produzioni maggiormente diffuse di polline essiccato.

Ad oggi, produzioni in tal senso hanno avuto discreto successo in Francia.

La produzione del polline andrà realizzata predisponendo trappole all'ingresso dell'alveare e raccoglitori.

Il polline così raccolto andrà confezionato in contenitori da 10g, verrà congelato subito dopo il confezionamento.

4.1.2 Industria farmaceutica ed estetica

Si pensa anche di realizzare una sperimentazione sulla possibilità di produrre principi attivi, come propolis e veleno, e ricercare possibilità di mercato per tali prodotti che spesso vengono importati dall'industria farmaceutica ed estetica; il veleno viene utilizzato come potente agente naturale per vasodilatazione e la propolis è un disinfettante - principio con peculiarità da biocida e biostatico.

L'idea di tentare una produzione locale viene dal fatto che il costo di questi prodotti è notevolmente elevato.

Scopo della sperimentazione sarà di valutarne la realizzabilità nell'area beneventana. I risultati delle sperimentazioni verranno divulgati in modo che, la sperimentazione, possa essere allargata anche ad altre aziende apistiche .

4.1.3 Sperimentazione trasversale: filiera energetica – filiera del miele: II Miele di Cardo

La sperimentazione più avanzata è quella relativa al Miele di Cardo che si associa al progetto di produzione di Biomasse derivanti dal Cardo, pianta semispontanea delle aree mediterranee e ben acclimatata in provincia.

Questa specie è altamente nettarifera ed è sfruttata in altre regioni (Sicilia, Calabria e Sardegna) per la produzione di mieli molto pregiati e con elevati valori nutrizionali.

La sperimentazione sarà portata avanti da due aziende apistiche che provvederanno a porre nei campi sperimentali, utilizzati per la produzione di biomassa da Cardo, circa 20 arnie per ettaro.

Nel mese di Aprile 2006 si procederà all'introduzione delle arnie per andare, successivamente, a smielatura e caratterizzazione del prodotto nel mese di Agosto 2006.

Le aziende scelte per tale sperimentazione sono l'apicoltura Rispoli e l'Azienda apistica Mastrofrancesco.

Le due aziende sono state selezionate perché ritenute più idonee a questo tipo di sperimentazione.

CAPITOLO 5: ANALISI SWOT, STRATEGIA ED INTERVENTI

5.1 Analisi Swot

Con l'analisi SWOT sono stati posti in evidenza quei fattori di criticità per i quali occorrono interventi finalizzati ad innescare un processo virtuoso.

Il territorio possiede un proprio patrimonio di competenze distintive che, opportunamente funzionalizzate e valorizzate, possono costituire il volano per costruire il successo delle aree rurali del Sannio.

Il mercato offre non poche opportunità che potranno essere colte soltanto attraverso un attento e programmato approccio strategico, tale da coinvolgere non solo la singola impresa produttrice ma il territorio considerato nella sua interezza.

L'obiettivo di base della strategia da implementare, dunque, consisterà nella valorizzazione delle produzioni locali, accoppiando le risorse proprie del territorio con le opportunità che provengono dalle tendenze a medio-lungo termine del mercato di riferimento.

Tabella 17- Analisi SWOT

Punti di forza	Punti di debolezza
Caratteristiche della flora e del microclima esistenti sui territori delle Comunità Montana	Basse competenze professionali in materia tecnico – gestionale e di marketing
Domanda crescente di prodotti di qualità e con precise identità territoriali	Attività apicola non prevalente
Presenza diffusa dell'industria dolciaria locale	Vendita di prodotto sfuso ai grossisti
Marchi DOP in fase di istruttoria ministeriale	Prezzo inferiore alla media nazionale
	Immagine di prodotto debole/scarsa tipicità
Opportunità	Minacce
Consistente sviluppo del turismo enogastronomico	Concorrenza nazionale e internazionale in mancanza di una precisa identità del prodotto provinciale
Creazione di marchi di qualità e di marketing collettivo	
Miele e api quali indicatori economico – ambientali	
Internazionalizzazione dei mercati	

Fonte:Ns.elaborazione

5.2 Strategie ed interventi

Dall'analisi SWOT emerge che il miele di Benevento presenta un forte potenziale di sviluppo determinato dall'insieme di caratteristiche che conferirebbero maggiore livello qualitativo alla performance del prodotto filiera come, ad esempio: la caratteristica della flora e del clima, la produzione di miele di sulla e di miele biologico, il crescente fabbisogno di prodotti naturali, l'aumento della domanda di prodotti di qualità.

Il miele, inoltre, rappresenta un vero e proprio indicatore ambientale e, a sua volta, l'ape, svolge un ruolo primario di equilibrio e si erge quale indicatore per lo sfruttamento delle risorse naturali rinnovabili.

Nello stesso tempo, però, non vanno trascurate le criticità derivanti dalla produzione mielifica locale quali, ad esempio, le scarse competenze professionali e la diffusione di una cultura imprenditoriale ancora rurale tra gli apicoltori, l'assenza di una cultura di marketing e, soprattutto, la mancanza di propri canali di vendita sia in Italia che all'estero.

OBIETTIVI

L'obiettivo principale che ci si pone per il miele e per i prodotti dell'attività apistica, sono riferiti alla riqualificazione e alla valorizzazione dell'intera filiera sia sotto un profilo tecnico-produttivo che economico-gestionale e di marketing al fine di incrementare la commercializzazione e l'insediamento nei canali distributivi di maggior rilievo, parallelamente al raggiungimento di obiettivi di internazionalizzazione.

La serie di interventi intrapresi nel corso del secondo anno, saranno portati a termine durante il terzo anno.

In tal senso, gli interventi strategici di riqualificazione, saranno realizzati sia lungo un ipotetico asse verticale che lungo assi orizzontali; il primo asse rappresenta l'insieme delle attività principali dell'intera filiera produttiva (dal campo alla tavola) e, le assi orizzontali, racchiudono l'insieme delle attività collaterali e complementari.

In sintesi, gli interventi che saranno portati a termine, saranno i seguenti:

Interventi verticali:

- Corsi di formazione professionale per operatori tecnici nella produzione di miele e prodotti apistici e per tecnici di laboratorio;
- Studio di caratterizzazione e di tipizzazione del miele locale;
- Studio di Marketing per l'Apicoltura del Sannio e definizione del Marketing Mix

Interventi orizzontali

- Corsi di formazione, seminari, convegni sulla gestione e sul Marketing delle aziende apistiche;
- Assistenza tecnica sulla gestione e sulla strutturazione dei costi fissi e variabili;
- Interventi di promozione locale e internazionale del prodotto: commercializzazione/internazionalizzazione.

APPENDICE

Analisi legale delle etichette

Nell'ambito dello svolgimento delle attività per l'implementazione della filiera del Miele/Dolciario e, in particolar modo, durante lo svolgimento delle attività di monitoraggio, alcune aziende hanno richiesto assistenza tecnico - legale per le analisi delle etichette.

Nel caso specifico, le aziende che hanno richiesto questo tipo di assistenza sono state le seguenti:

- COLLINE CASALDUNESI di D'Aloia Italo;
- APICOLTURA RISPOLI di Rispoli Maria Concetta;
- APICOLTURA ZAPPOLI di Zappoli Elena Sofia.

L'area legale, pertanto, ha provveduto ad effettuare una ricerca specifica proprio per il miele e a stilare una relazione che è stata consegnata ai singoli rappresentanti delle aziende.

Viene riportato integralmente il contenuto della relazione.

La produzione e la commercializzazione del miele è disciplinata dal Decr. L.vo 21.5.04 n. 179, Attuazione della Dir. 2001/110/CE. Da ciò è utile specificare che per "miele" si intende la sostanza dolce naturale che le api (*Apis mellifera*) producono dal nettare di piante o dalle secrezioni provenienti da parti vive di piante o dalle sostanze secrete da insetti succhiatori che si trovano su parti vive di piante che esse bottinano, trasformano, combinandole con sostanze specifiche proprie, depositano, disidratano, immagazzinano e lasciano maturare nei favi dell'alveare.

Principali varietà di miele sono:

a) secondo l'origine:

- 1) miele di fiori o miele di nettare: miele ottenuto dal nettare di piante;
- 2) miele di melata: miele ottenuto principalmente dalle sostanze secrete da insetti succhiatori (Hemiptera), che si trovano su parti vive di piante o dalle secrezioni provenienti da parti vive di piante;

b) secondo il metodo di produzione o di estrazione:

- 1) miele in favo: miele immagazzinato dalle api negli alveoli, successivamente opercolati, di favi da esse appena costruiti o costruiti a partire da sottili fogli cerei realizzati unicamente con cera d'api, non contenenti covata e venduto in favi anche interi;

- 2) miele con pezzi di favo o sezioni di favo nel miele: miele che contiene uno o più pezzi di miele in favo;
- 3) miele scolato: miele ottenuto mediante scollatura dei favi disopercolati non contenenti covata;
- 4) miele centrifugato: miele ottenuto mediante centrifugazione dei favi disopercolati non contenenti covata;
- 5) miele torchiato: miele ottenuto mediante pressione dei favi non contenenti covata, senza riscaldamento o con riscaldamento moderato a un massimo di 45 °C;
- 6) miele filtrato: miele ottenuto eliminando sostanze organiche o inorganiche estranee in modo da avere come risultato un'eliminazione significativa dei pollini.
- 7) Il miele per uso industriale: è il miele che è adatto all'uso industriale o come ingrediente in altri prodotti alimentari destinati ad essere successivamente lavorati e che può:
 - avere un gusto o un odore anomali;
 - avere iniziato un processo di fermentazione, o essere effervescente;
 - essere stato surriscaldato.

Il miele deve soddisfare le seguenti caratteristiche, così come dal **Decr. L.vo 21.5.04 n. 179:**

Caratteristiche di composizione del miele (previsto dall'art. 2, comma 1)

Il miele è essenzialmente composto da diversi zuccheri, soprattutto da fruttosio e glucosio, nonché da altre sostanze quali acidi organici, enzimi e particelle solide provenienti dalla raccolta del miele.

Il colore del miele può variare da una tinta quasi incolore al marrone scuro.

Esso può avere una consistenza fluida, densa o cristallizzata (totalmente o parzialmente).

Il sapore e l'aroma variano ma derivano dalle piante d'origine.

Il miele immesso sul mercato in quanto tale o utilizzato in prodotti destinati al consumo umano deve presentare le seguenti caratteristiche di composizione:

1. Tenore di zuccheri.

1.1. Tenore di fruttosio e glucosio (somma dei due):

- miele di nettare non meno di 60 g/100 g;
- miele di melata, miscele di miele di melata e miele di nettare non meno di 45 g/100 g.

1.2. Tenore di saccarosio:

- in genere non più di 5 g/100 g;
- robinia (*Robinia pseudoacacia*), erba medica (*Medicago sativa*), banksia (*Banksia menziesii*), sulla (*Hedysarum coronarium*), eucalipto rosastro (*Eucalyptus camaldulensis*), *Eucryphia lucida*, *Eucryphia milliganii*, *Citrus* spp. non più di 10 g/100 g;
- lavanda (*Lavandula* spp.), borragine (*Borago officinalis*) non più di 15 g/100 g.

2. Tenore d'acqua:

- in genere non più del 20%;
- miele di brughiera (*Calluna*) e miele per uso industriale in genere non più del 23%;
- miele di brughiera (*Calluna*) per uso industriale non più del 25%.

3. Tenore di sostanze insolubili nell'acqua:

- in genere non più di 0,1 g/100;
- miele torchiato non più di 0,5 g/100 g.

4. Conduttività elettrica:

- tipi di miele non elencati nel secondo e terzo trattino e miscele di tali tipi di miele non più di 0,8 mS/cm;
- miele di melata e di castagno e miscele con tali tipi di miele ad eccezione di quelli indicati nel terzo trattino non meno di 0,8 mS/cm;
- eccezioni: corbezzolo (*Arbutus unedo*), erica (*Erica* spp.), eucalipto (*Eucalyptus* spp.), tiglio (*Tilia* spp.), brugo (*Calluna vulgaris*), *Leptospermum*, *Melaleuca* spp.

5. Acidità libera:

- in genere non più di 50 meq/kg;
- miele per uso industriale non più di 80 meq/kg.

6. Indice diastatico e tenore di idrossimetilfurfurale (HMF), determinati dopo trattamento e miscela:

a) indice diastatico (scala di Schade):

- in genere, tranne miele per uso industriale non meno di 8;

- miele con basso tenore naturale di enzimi (ad esempio, miele di agrumi) e tenore di HMF non superiore a 15 mg/kg non meno di 3;

b) HMF: in genere, tranne miele per uso industriale non più di 40 mg/kg (fatte salve le disposizioni di cui alla lett. a), secondo trattino); miele di origine dichiarata da regioni con clima tropicale e miscele di tali tipi di miele non più di 80 mg/kg. Al miele si applica innanzi tutto il **D. L.vo 27.1.92, n. 109** (norme sull'etichettatura dei prodotti alimentari), e successive modificazioni, e poi le disposizioni indicate ai commi 2 e 3.

Elenco delle indicazioni dei prodotti preconfezionati:

1. Salvo quanto disposto dagli articoli successivi, i prodotti alimentari preconfezionati destinati al consumatore devono riportare le seguenti indicazioni:

a) la denominazione di vendita;

b) l'elenco degli ingredienti;

c) la quantità netta o, nel caso di prodotti preconfezionati in quantità unitarie costanti, la quantità nominale;

d) il termine minimo di conservazione o, nel caso di prodotti molto deperibili dal punto di vista microbiologico, la data di scadenza;

e) il nome o la ragione sociale o il marchio depositato e la sede del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella CE;

f) la sede dello stabilimento di produzione o di confezionamento;

g) il titolo alcolometrico volumico effettivo per le bevande aventi un contenuto alcolico superiore a 1,2% in volume;

h) una dicitura che consenta di identificare il lotto di appartenenza del prodotto;

i) le modalità di conservazione e di utilizzazione qualora sia necessaria l'adozione di particolari accorgimenti in funzione della natura del prodotto;

l) le istruzioni per l'uso, ove necessario;

m) il luogo di origine o di provenienza, nel caso in cui l'omissione possa indurre in errore l'acquirente circa l'origine o la provenienza del prodotto.

m-bis) la quantità di taluni ingredienti o categorie di ingredienti come previsto dall'art. 8. (Lettera aggiunta da Decr. L.vo 25.2.00 n. 68)

2. Le indicazioni di cui al comma 1 devono essere riportate in lingua italiana; è consentito riportarle anche in più lingue. Nel caso di menzioni che non abbiano corrispondenti termini italiani, è consentito riportare le menzioni originarie.

3. Salvo quanto prescritto da norme specifiche, le indicazioni di cui al comma 1 devono figurare sulle confezioni o sulle etichette dei prodotti alimentari nel momento in cui questi sono posti in vendita al consumatore.

4. Il presente decreto non pregiudica l'applicazione delle norme metrologiche, fiscali e ambientali che impongono ulteriori obblighi di etichettatura.

5. Per sede si intende la località ove è ubicata l'azienda o lo stabilimento.

5-bis. Con decreto del Ministro delle attività produttive e del Ministro delle politiche agricole e forestali sono definite le modalità ed i requisiti per l'indicazione obbligatoria della dicitura di cui al comma 1, lett. m)

6) Come detto, al miele si applicano anche le seguenti particolari disposizioni:

a) la denominazione di vendita "miele" è riservata al miele definito nell'art. 1, comma 1, ed è utilizzata nel commercio per designare tale prodotto;

b) la denominazione di vendita di cui all'art. 1, commi 2 e 3, sono riservate ai prodotti in esso definiti e sono utilizzate nel commercio per designarli. Queste denominazioni possono essere sostituite dalla denominazione di vendita "miele", ad eccezione del miele filtrato, del miele in favo, del miele con pezzi di favo o favo tagliato nel miele e del miele per uso industriale;

c) il miele per uso industriale deve riportare, accanto alla denominazione di vendita, la menzione "destinato solo alla preparazione di cibi cotti";

d) ad esclusione del miele filtrato e del miele per uso industriale, le denominazioni possono essere completate da indicazioni che fanno riferimento:

- 1) all'origine floreale o vegetale, se il prodotto è interamente o principalmente ottenuto dalla pianta indicata e ne possiede le caratteristiche organolettiche, fisicochimiche e microscopiche;
 - 2) all'origine regionale, territoriale o topografica, se il prodotto proviene interamente dall'origine indicata;
 - 3) a criteri di qualità specifici previsti dalla normativa comunitaria;
- e) il miele per uso industriale utilizzato come ingrediente di un prodotto alimentare composto può essere designato con il solo termine "miele" nella denominazione di vendita di tale prodotto alimentare composto. Tuttavia, l'elenco degli ingredienti deve riportare la denominazione completa di miele per uso industriale;
- f) sull'etichetta devono essere indicati il Paese o i Paesi d'origine in cui il miele è stato raccolto. Tuttavia, se il miele è originario di più Stati membri o Paesi terzi l'indicazione può essere sostituita, a seconda del caso, da una delle seguenti:
- 1) "miscela di mieli originari della CE";
 - 2) "miscela di mieli non originari della CE";
 - 3) "miscela di mieli originari e non originari della CE";
- g) ove si tratti di miele filtrato e di miele per uso industriale, i contenitori per la merce alla rinfusa, gli imballaggi e i documenti commerciali devono indicare chiaramente la denominazione completa del prodotto di cui all'art. 1, comma 2, lett. b), n. 6), e comma 3.
3. Le denominazioni di cui al comma 2, lett. a), b), c), d), e), f) e g), devono figurare in lingua italiana.
4. Il miele destinato ai consumatori deve essere confezionato all'origine in contenitori chiusi.
- 7) E' vietato aggiungere al miele, immesso sul mercato in quanto tale o utilizzato in prodotti destinati al consumo umano, qualsiasi ingrediente alimentare, ivi compresi gli additivi, ed effettuare qualsiasi altra aggiunta se non di miele.

Nei limiti del possibile il miele immesso sul mercato in quanto tale o utilizzato in prodotti destinati al consumo umano deve essere privo di sostanze organiche e inorganiche estranee alla sua composizione.

Salvo quanto previsto dall'art. 1, comma 3, il miele non deve avere sapore o odore anomali, né avere iniziato un processo di fermentazione, né presentare un grado di acidità modificato artificialmente, né essere stato riscaldato in modo da distruggerne o inattivarne sensibilmente gli enzimi naturali.

Salvo quanto previsto dall'art. 1, comma 2, lett. b), n. 6), è vietato estrarre polline o componenti specifiche del miele, a meno che ciò sia inevitabile nell'estrazione di sostanze estranee inorganiche o organiche.

E' fatto comunque divieto di produrre, vendere, detenere per vendere, somministrare o distribuire per il consumo, miele non corrispondente all'art. 5 della L. 30.4.62, n. 283, e successive modificazioni (alterato, privato anche in parte delle proprie qualità nutritive, mescolato a sostanze di qualità inferiori, ecc.)

8) La Circ. MI.P.A.F. 8.3.05 n. 1, in applicazione del D. L.vo 21.5.04, n. 179, concernente produzione e commercializzazione del miele, prevede quanto di seguito

a) Il D.L.vo 21.5.04 n. 179, pubblicato nella G.U. n. 168 del 20 luglio 2004 ha dato attuazione alla Dir. 2001/110/CE, concernente la produzione e commercializzazione del miele, prevedendo l'abrogazione della precedente normativa nazionale costituita dalla L. 12.10.82 n. 753 e successive modifiche ed integrazioni.

b) In sede di applicazione della normativa di cui in oggetto sono emerse alcune problematiche relative alle indicazioni che possono essere utilizzate a completamento della denominazione "miele" ed in particolare la possibilità o meno di continuare ad utilizzare il termine "millefiori" come indicazione di origine floreale, nonché l'ammissibilità o meno dell'utilizzo di indicazioni del tipo "miele di montagna", "miele di prato" e "miele di bosco".

c) Relativamente al primo problema, va osservato che l'indicazione "millefiori" prevista dalla precedente normativa nazionale, non risulta invece specificamente contemplata dal testo italiano della Dir. 2001/110/CE e del decreto legislativo n. 179/2004 di recepimento.

d) Al riguardo occorre quindi analizzare la volontà del legislatore europeo per verificare se quest'ultimo all'art. 2 punto 2 lett. b) primo trattino (possibilità di completamento della denominazione di miele con riferimento all'origine floreale) intendesse o meno riferirsi ai soli mieli unifloreali.

e) L'art. 2, punto 2 lett. b), primo trattino, della direttiva comunitaria nel testo italiano, nonché l'art. 3 comma 2 lett. d)-1) del decreto legislativo n. 179/2004 di recepimento, prevedono che, ad esclusione del miele filtrato e del miele per uso industriale, le

denominazioni di miele possono essere completate da indicazioni che fanno riferimento all'origine floreale o vegetale se il prodotto è interamente o principalmente ottenuto dalla pianta indicata e ne possiede le caratteristiche organolettiche, fisico-chimiche e microscopiche"; al contrario il testo della direttiva medesima in lingua inglese stabilisce che tali indicazioni possono essere utilizzate "if the product comes wholly or mainly from the indicated source and possesses the organoleptic, psycho-chemical and microscopic characteristics of the source" e quello in lingua francese recita:

"si le produit provient entierement au essentialment de l'origine indiquee et en possede le caracteristiques organoleptiques, physico-chemiques et microscopiques".

f) In tal senso l'impiego dei termini "source" e "origine" che hanno sicuramente un significato più ampio rispetto a quello della parola italiana "pianta", fa ritenere che la direttiva comunitaria non intenda limitare l'uso di indicazioni botaniche ai soli mieli unifloreali.

g) Pertanto la dizione italiana "pianta" va interpretata estensivamente nel senso di ricomprendere sia una singola specie vegetale che una pluralità di specie. E' quindi ritenuta ammissibile l'indicazione di "millefiori", riferita a miele proveniente da più specie vegetali.

h) Del resto è noto che tale indicazione costituisce ormai per i consumatori italiani ed europei una vera e propria consuetudine ed un motivo di riconoscibilità del prodotto in linea con la vigente normativa comunitaria e nazionale sull'etichettatura, presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari.

i) Per quanto invece concerne le indicazioni "miele di montagna", "miele di prato" e "miele di bosco", queste ultime non possono essere considerate ammissibili poiché i termini "montagna", "prato" e "bosco" come tali non si riferiscono né a specifiche origini floreali o vegetali, né a regioni o territori o luoghi precisamente individuati.

9) In ordine alla denominazione SANNIO BENEVENTANO che appare legata alla denominazione MIELE, sappiamo che questo è un marchio registrato e che quindi va utilizzato in presenza di REQUISITI.

10) Sulle etichette di miele esaminato va evidenziato che l'indicazione del termine minimo di conservazione, ai sensi dell'art. 10 del D. L.vo 27.1.92, n. 109, così come riformato, stabilisce che esso è *la data fino alla quale il prodotto alimentare conserva le sue proprietà specifiche in adeguate condizioni di conservazione; esso va indicato con la dicitura **"da consumarsi preferibilmente entro"** quando la data contiene l'indicazione del giorno o con la dicitura **"da consumarsi preferibilmente entro la fine"** negli altri casi, seguita dalla data oppure dalla indicazione del punto della confezione in cui essa figura.*

Il termine minimo di conservazione è determinato dal produttore o dal confezionatore o, nel caso di prodotti importati, dal primo venditore stabilito nell'UE, ed è apposto sotto la loro diretta responsabilità.

Il termine minimo di conservazione si compone dell'indicazione in chiaro e nell'ordine, del giorno, del mese e dell'anno e può essere espresso:

- a) con l'indicazione del giorno e del mese per i prodotti alimentari conservabili per meno di tre mesi;
- b) con l'indicazione del mese e dell'anno per i prodotti alimentari conservabili per più di tre mesi ma per meno di diciotto mesi;
- c) con la sola indicazione dell'anno per i prodotti alimentari conservabili per più di diciotto mesi.

Qualora sia necessario adottare, in funzione della natura del prodotto, particolari accorgimenti per garantirne la conservazione sino al termine indicato nel comma 1 del predetto articolo, ovvero nei casi in cui tali accorgimenti siano espressamente richiesti da norme specifiche, le indicazioni del dettato normativo completano l'enunciazione delle condizioni di conservazione.

ALLEGATI

Allegato 1: I Prodotti Dolciari

Allegato 2: La normativa di riferimento

Allegato 3: Report dei Monitoraggi delle aziende apistiche

Allegato 4: Report dei Monitoraggi delle Aziende Dolciarie

Allegato 5: Questionario di Marketing

Allegato 6: Scheda di sperimentazione del miele di cardo.

BIBLIOGRAFIA

- ALEXANDER E.**, "Introduzione alla pianificazione", Edizione CLEAN, Napoli.
- ANTONELLO GERVASIO:** "Marketing agroalimentare. Specificità e temi di analisi", Franco Angeli, 2004
- APITALIA:** Rivista di apicoltura, agricoltura e ambiente, Settembre 1999.
- APITALIA:** Rivista di apicoltura, agricoltura e ambiente, Settembre 1999.
- 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" 2003.
- CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BENEVENTO:** "Benevento in cifre" 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"
- COLDIRETTI BENEVENTO:** "Il miele nel Sannio Beneventano – I quantitativi prodotti annualmente e potenzialità di sviluppo dell'offerta", 2003
- COLONNA F.**, "Qualità e soddisfazione del cliente" Edizione Newsletter della Quality sistem, 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"

COMMISSIONE EUROPEA: " Seconda Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo – sull'applicazione del Regolamento CE n. 1221/97 del Consiglio che stabilisce le regole generali di applicazione delle azioni dirette a migliorare la produzione e la commercializzazione del miele

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

DASES: "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

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:** "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 consumatore di prodotti biologici in Italia", Dicembre 2001.
- ISMEA:** "Il sistema agroalimentare italiano", Giugno 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
- MAZZONE P., ODDO PERSANO L.:** "Apicoltura e mieli della Campania".
- 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.
- 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.
- 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

NOMISMA: "Rapporto sulla Filiera del Tabacco in Italia", 2003

OSSERVATORIO EPIDEMIOLOGICO VETERINARIO REGIONE CAMPANIA:

"Attività inerenti ai piani radicazione Regione Campania – Anni 2000/2001", Febbraio 2003.

OSSERVATORIO NAZIONALE DELLA PRODUZIONE E DEL MERCATO DEL MIELE: *"Andamento produttivo e di mercato del miele in Italia"*, Rapporto annuale 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

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

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

UNAAPI, "Economia dell'Azienda Apistica"

UNA.API, "Marketing – Packaging – Comunicazione"

UNAAPI – MIPAF: "Marketing e comunicazione in apicoltura: il profilo dei consumatori di miele" a cura di Mauro Cantergiani e Gilberto Pesci, 2002

UNAAPI: "Unione Nazionale Associazioni Apicoltori Italiani: Marketing – Packaging e Comunicazione" a cura di Andrea Terreni, 2002-2003

UNIONCAMERE: "Tracciabilità di filiera a garanzia delle produzioni agroalimentari"

UNIONE C.C.I.A.A., Le aree socio-economiche in Italia, FrancoAngeli

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL SANNIO: "Dizionario Europeo dell'Apicoltura" a cura di Felice Casucci; Pubblicazioni della Facoltà di Economia, ESI 2003;

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "FEDERICO II": "Apicoltura e mieli della Campania" a cura di Pasquale Mazzone, Dip. Di Entomologia e Zoologia Agraria, 2002

VALDANI E., JARACH D., "Strategie di marketing per il territorio: come vendere un'area geografica." Edizione Egea, 2000

VALISANNIO - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Benevento: "Invest in Benevento", Dicembre 2003.

VALISANNIO - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Benevento: "Repertorio dei prodotti tipici e tradizionali del Sannio beneventano", Giugno 2003.

VALISANNIO - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Benevento: "Invest in Benevento", Dicembre 2003.

VALOROSI F., "Lo sviluppo del sistema agricolo nell'economia post-industriale"

VICARI S., MANGIOROTTI D., "Il marketing per lo sviluppo locale", Roma, LUISS, Marzo

ZERBI M., "Sviluppo Sostenibile a scala regionale", Edizione Patron, Bologna

SITI INTERNET CONSULTATI

<http://europa.eu.int> - (Il Portale dell'Unione Europea)

http://europa.eu.int/pol/agr/index_it.htm

<http://www.apicoltura.org/>

<http://www.apicoltura2000.it/>

<http://www.apicolturaiblea.it/>

<http://www.apicolturaonline.it/>

<http://www.cia.it> (Confederazione Italiana Apicoltori)

<http://www.coldiretti.it> (Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti)

<http://www.confagricoltura.it> (Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana)

<http://www.inapicoltura.org/online/>

<http://www.inea.it/> - (Istituto Nazionale di Economia Agraria)

<http://www.ismea.it/> - (Servizi per il mercato agricolo alimentare)

<http://www.istat.it/>

<http://www.massmarket.it/> - (Sito internet sul largo consumo)

<http://www.mieleitalia.it/>

http://www.mieliditalia.it/igp_agrumi.htm (UNAAPI mieli d'Italia – La tavola rotonda IGP del miele di agrumi di Italia)

<http://www.politicheagricole.it/> - (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali)

<http://www.politicheagricole.it/ICRF/INFORMA/Alimenti/miele.htm>

<http://www.prodottitipici.com> (Guida ai prodotti tipici italiani (schede prodotto, produttori consorziati)

<http://www.regione.campania.it/> - (Portale della Regione Campania)

<http://www.veronafiere.it> (Fiera di Verona)

<http://www.sweettorrone.it/>

<http://www.unaapi.it>

<http://www.cremonaweb.it/turismo/wmview.php?ArtID=263>

<http://www.frtb.it/>

http://www.sito.regione.campania.it/agricoltura/Tipici/torrone_torroncino.htm

<http://www.bn.camcom.it/ita/prodotto.asp?id=74&c=63&s=485>

http://dolceitalia.fiereparma.it/dolci/aziendaDettaglio.do?lang=it&COD_ESPO=50350&name=F

http://www.strega.it/store/product_info.php?cPath=3&products_id=19



**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.