

INIZIATIVE INTERREGIONALI PER LA VALORIZZAZIONE DEL SETTORE OVI-CAPRINO

Bigaran F.

UFFICIO PER LE PRODUZIONI BIOLOGICHE - Provincia Autonoma di Trento

Riassunto

La zootecnia di montagna, nel territorio alpino, ha subito negli ultimi anni profonde modificazioni. A fronte di un calo complessivo del numero di aziende che allevano bovini si nota un incremento degli allevamenti cosiddetti "minori", come quelli ovis e caprini, che avevano subito nel passato una forte riduzione. In tale contesto, accanto ad iniziative riguardanti i sistemi e le tecniche di allevamento, si sono sviluppate iniziative di carattere locale ed anche interregionale volte a valorizzare i numerosi prodotti derivanti dall'allevamento di pecore e capre. La presente comunicazione riporta alcune iniziative realizzate in Trentino nell'ambito del progetto denominato "Alpinet gheep – rete alpina per la promozione del settore ovi-caprino per uno sviluppo sostenibile del territorio" (programma Interreg IIIB-Spazio Alpino), in particolare per quanto riguarda il settore della lana. Una riflessione riguardo alla continuità e sostenibilità delle iniziative a seguito della conclusione dei progetti richiama la necessità dell'adozione di metodi partecipativi nel corso del loro sviluppo.

Abstract

Interregional initiatives for the promotion of the sheep and goat sector - Animal husbandry, in Alpine mountain territories, has undergone profound changes in recent years. Facing the decline in the overall number of farms breeding cattle we can appreciate an increase in so-called "minor" holdings, as sheep and goats husbandry, which had suffered in the past a strong reduction. In this context, alongside initiatives relating to systems and husbandry techniques, local initiatives as well as interregional cooperation, where developed aimed at enhancing the large amount of products derived from sheep and goats. The present communication reports some initiatives carried out in the project named "Alpinet gheep – Alpine Network for sheep and goat promotion for a sustainable territory development " (Interreg Alpine space) in particular as regards the wool sectors. A reflection about the follow up of the initiatives after the project conclusion claim the necessity of a participatory approach in their development.

Introduzione

Il progetto "Alpinet Gheep - rete alpina per la promozione del settore ovi-caprino per uno sviluppo sostenibile del territorio" è stato realizzato dall'anno 2005 all'anno 2007 nell'ambito del programma Interreg IIIB Spazio Alpino ed ha visto la partecipazione di 16 partner provenienti da Italia, Austria, Germania e Slovenia.

Il programma Interreg è finalizzato allo sviluppo di progetti di cooperazione fra regioni europee, per incentivare uno sviluppo sostenibile, armonioso ed equilibrato del territorio comunitario. Inizialmente nato come cooperazione fra le regioni frontaliere, al fine di eliminare gli inconvenienti dati dalla presenza dei

confini, il programma si è successivamente arricchito di iniziative a favore dell'integrazione europea e della coesione territoriale, che rappresenta un elemento strategico della politica di sviluppo regionale dell'Unione europea.

Il progetto si è rivolto ad un settore considerato ai margini dello sviluppo economico e sociale, scarsamente organizzato nel proprio interno, ma che nel recente periodo ha incontrato un crescente interesse fra i giovani aprendo nuove opportunità.

Attualmente nell'area di cooperazione dello Spazio Alpino il numero di pecore presenti è pari a circa 3 milioni di capi, per lo più situati sul versante francese. Per quanto riguarda l'area italiana, le consistenze maggiori si riscontrano in Piemonte e Lombardia. In Trentino si contano circa 27.000 capi allevati per la maggior parte secondo il metodo della transumanza durante tutto l'anno.

Il settore ovi-caprino riveste un ruolo importante nel territorio montano ed apporta contributi positivi anche al settore turistico in quanto mantiene curato il territorio, consente di utilizzare aree marginali, non sfruttate per altri allevamenti o coltivazioni, contribuendo al mantenimento del paesaggio tradizionale ed alla rivitalizzazione delle comunità rurali. Questo è possibile se gli operatori del settore ovi-caprino sono in grado di relazionarsi con i settori dell'artigianato e del turismo contribuendo allo sviluppo integrato del territorio. La valorizzazione dei prodotti derivanti dall'allevamento attraverso la loro trasformazione e commercializzazione in loco consente di ottenere benefici aggiuntivi, come ad esempio l'attrazione di visitatori per l'acquisto dei prodotti ed il mantenimento del paesaggio tradizionale, con positivi effetti sull'intero comparto turistico.

L'idea di sviluppare un progetto interregionale di sostegno e promozione del settore ovicaprino è nata nel corso di vari incontri, organizzati in occasione di manifestazioni, fiere e convegni fra i responsabili delle varie associazioni, esperti di istituti di ricerca e funzionari delle amministrazioni regionali. La presenza di problemi comuni fra i vari operatori e l'esigenza di disporre di informazioni aggiornate e tempestive riguardanti le tecniche di allevamento, i problemi sanitari, la reperibilità di animali da riproduzione, la collocazione e la caratterizzazione dei prodotti, hanno favorito e stimolato l'incontro di varie idee e proposte che sono state tradotte in un progetto organico.

Il progetto ha realizzato numerose attività ed eventi:

- raccolta e condivisione dei dati riguardanti il settore ovi-caprino, con particolare riferimento alle razze presenti nell'area alpina ed alla salvaguardia del patrimonio genetico esistente;
- sviluppo di strategie transnazionali per il rafforzamento socio economico del settore, interessando le produzioni di carne, latte e derivati, lana e prodotti artigianali;
- programmazione di azioni informative, anche in concomitanza di eventi fieristici, per far crescere la consapevolezza sul contributo della pastorizia all'equilibrio ambientale, promuovendo il suo valore sociale e le attività ad essa collegate;
- individuazione e restituzione su base cartografica delle aree e delle strutture utilizzabili per la pastorizia e definizione di manuali di buone pratiche per l'allevamento.

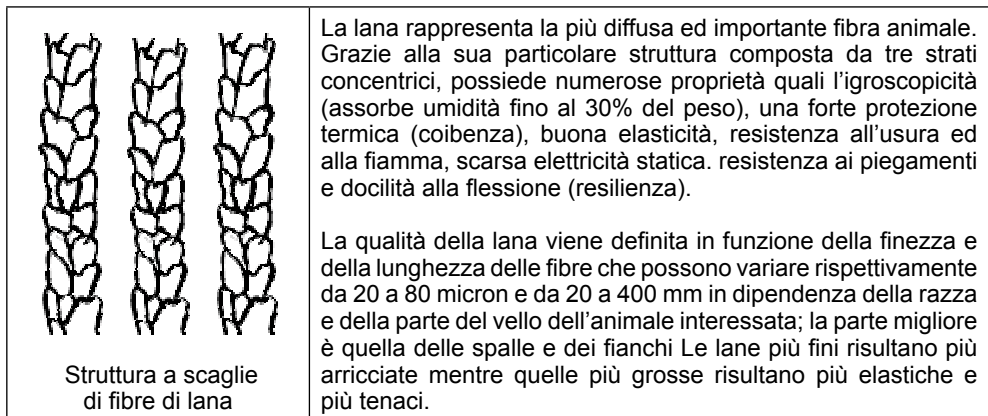
- organizzazione di attività promozionali e formative finalizzate ad accrescere le possibilità di mercato e la competitività dei prodotti.

Nel complesso i numeri riguardanti i risultati ottenuti sono interessanti e dimostrano lo sforzo profuso dai partecipanti: 17 seminari tecnici, 6 fiere e manifestazioni interregionali, 13 eventi, 4 studi/ricerche specifiche, 4 libri divulgativi e tecnici pubblicati, 62 articoli pubblicati, 28 poster presentati a convegni, 15 pieghevoli, 4 siti web, 1 filmato. Di seguito verranno riportati alcuni aspetti riguardanti il settore lana e quello della carne.

Materiale e metodi

Lo sviluppo di iniziative per la valorizzazione della lana

La lavorazione e la commercializzazione della lana ha rappresentato in passato un elemento economico importante per l'azienda silvo-pastorale sia come autoconsumo sia come potenziale di scambio, considerato che un chilo di lana succida era un tempo equivalente ad un chilo di formaggio. Nell'area alpina si sono sviluppate in passato importanti produzioni laniere, inizialmente a carattere artigianale ed in seguito divenute parte del comparto industriale del nord Italia. Tuttavia, dopo gli anni '60, il mutamento dei costumi, l'incremento nell'uso delle fibre sintetiche e la crescente concorrenza di produttori extraeuropei, hanno messo in crisi il mercato della lana e la sua lavorazione determinando una forte diminuzione del prezzo della lana e l'uscita dal mercato delle nostre industrie di trasformazione. I pastori alpini proseguirono nell'allevamento delle pecore per la sola produzione di carne abbandonando la selezione dei capi per la produzione di lana.



In Trentino il singolo gregge può contare fino a 2.500 animali, esso viene tenuto in alpeggio nel periodo estivo e viene spostato nel periodo autunnale ed invernale verso la pianura padana raggiungendo in alcuni casi la costa Adriatica. Non sono previsti ricoveri fissi e vengono sfruttate le aree pascolabili lungo fiumi e torrenti, le aree abbandonate ai margini dei centri abitati ed i terreni agricoli in

assenza di colture; ogni giorno i pastori e le loro greggi percorrono da 20 a 30 chilometri alla ricerca di aree idonee al pascolo. Utilizzano prevalentemente la razza Biellese/Bergamasca, definita anche "gigante d'Italia", caratterizzata da taglia grande, arti robusti, sviluppo precoce, orecchie grandi e cadenti ed assenza di corna. Gli animali sono di colore bianco, la lana ha uno spessore variabile fra 40 e 48 micron, una lunghezza di circa 40 mm e si possono ricavare circa 2-3 Kg di lana per capo. La tosatura veniva realizzata in primavera ed in autunno consentendo così all'animale di avere facilità di movimento, pulizia, assenza di parassiti ed all'allevatore un discreto guadagno dalla vendita della lana. Oggi la lana ha valore pressoché nullo e la tosatura viene effettuata solo una volta all'anno da personale specializzato al costo di circa 2,00 € per capo. La lana, purtroppo, non avendo mercato, viene in genere distrutta causando costi aggiuntivi per gli allevatori e problemi ambientali. A livello locale sono quindi nate varie iniziative per cercare di individuare un possibile utilizzo e mercato per il prodotto trasformato. Le caratteristiche della lana trentina sono nel tempo peggiorate a causa della mancata selezione degli animali in funzione della qualità di tale prodotto.

L'attività dimostrativa ha riguardato inizialmente lo studio sui possibili utilizzi della lana trentina e la realizzazione di alcuni campioni (giacche, gilet, mantelle, coperte, sottosella per cavalli, materassi, cuscini, pantofole, cappelli, borse ecc..) per verificare costi di produzione e qualità del prodotto finito. Inizialmente è stata attivata la raccolta della lana presso gli allevatori transumanti nella zone di tosatura poste spesso fuori dal territorio trentino e successivamente è stato organizzato il suo lavaggio presso impianti individuati allo scopo. La resa del prodotto dopo il lavaggio è risultata variabile dal 50 al 60%, in funzione delle caratteristiche delle diverse partite e del grado di pulizia della lana. La resa e la qualità del prodotto lavato, potrebbe essere migliorata mediante una selezione preventiva del prodotto. L'azione dimostrativa si è poi sviluppata nella cardatura e filatura della lana con titolo variabili da 1/5000 (1kg = 5000 m) a 1/6500 (1kg = 6500 m). Si è provveduto poi alla realizzazione, presso ditte artigianali del Veneto, di una ventina di tipologie di tessuto come ad esempio: a libro, corda rotta, spina pesce, cappello del prete, battavia, raso turco, ed inoltre lana cotta in varie tinte.

Le prove effettuate hanno ottenuto, in occasione di manifestazioni ed esposizioni, un primo riscontro positivo. E' stata pertanto avviata una nuova fase di sviluppo in collaborazione con un gruppo di artigiani trentini con l'intento di individuare e definire una filiera trentina per la valorizzazione della lana che potesse dare impulso e continuità all'iniziativa.

E' stato quindi elaborato uno specifico "accordo di filiera" fra allevatori, artigiani, ed esperti del settore tessile con l'intento di effettuare un'integrazione verticale delle attività: dalla tosatura alla lavorazione della lana ed al confezionamento dei capi destinati alla vendita, favorendo una redistribuzione dei benefici fra i soggetti coinvolti.

L'iniziativa prevedeva la raccolta della lana presso gli allevatori trentini, il suo immagazzinamento temporaneo, il trasporto della lana succida presso i centri di lavaggio individuati, l'immagazzinamento della lana in attesa di ulteriori la-

vorazioni, e quindi la cardatura, la filatura, la tessitura, il confezionamento dei capi e dei prodotti finiti e la loro vendita entro circuiti prossimi al mondo rurale. L'accordo di filiera individuava inoltre tramite appositi allegati le specifiche tecniche ed i disciplinari per ogni fase della filiera prevedendo l'adozione di metodi di lavorazione della lana a basso impatto ambientale, l'individuazione dei prodotti finiti da commercializzare attraverso una "scheda prodotto", lo sviluppo di azioni promozionali e di divulgazione, l'individuazione degli ambiti e dei criteri di commercializzazione dei prodotti, l'individuazione degli strumenti per garantire un sistema di rintracciabilità del prodotto nelle varie fasi.

E' emersa da subito l'importanza delle schede tecniche dei prodotti e dei disciplinari riguardanti le varie fasi della filiera, le lavorazioni ed i costi connessi. Le schede consentono di definire per ogni prodotto gli elementi tecnici e di costo, contribuendo a rendere trasparenti i rapporti fra i vari soggetti della filiera.

Il Progetto ha quindi realizzato una collezione di capi campione che ha riproposto sotto forme innovative la lana trentina. I capi realizzati sono stati presentati a varie manifestazioni come NEVEMODA 2005 (San Martino di Castrozza), INTERALPIN (Innsbruck), AGRIMONT (Longarone), le Selezioni trentine di Miss Italia, la Fiera dell'Artigianato di Rovereto, la Rassegna Ovi - Caprina Provinciale, "Fa' la cosa giusta" (Trento), Pomaria (Valle di Non), "La sera si Veste di Lana" al Castello del Buonconsiglio di Trento ecc... L'iniziativa ha sempre riscontrando un notevole successo e un forte apprezzamento da parte del pubblico e degli organi di informazione.

L'accordo di filiera

Nello schema allegato vengono illustrati i passaggi principali della filiera produttiva e gli elementi che compongono i disciplinari produttivi per ogni fase. Gli elementi principali sono i seguenti:

- allevamento delle pecore trentine e loro tosatura secondo metodi e criteri definiti (allevatori);
- raccolta ed immagazzinamento della lana in seguito a tosatura (associazione);
- lavaggio della lana con prodotti e metodi a basso impatto ambientale (gestori di impianti);
- prima lavorazione della lana per la realizzazione di semilavorati (gestori di impianti);
- produzione di prodotti individuati e caratterizzati (artigiani);
- individuazione dei criteri e dei luoghi di commercializzazione (gestori di agritur, malghe, associazioni ecc.);

Sono stati quindi individuati gli investimenti materiali ed immateriali nonché le competenze specifiche ed i mezzi tecnici necessari per il funzionamento della filiera.

Investimenti materiali e i mezzi tecnici necessari:

- strumenti ed attrezzature adeguate per la tosatura;
- contenitori per la raccolta della lana succida (esclusione dei sacchi in polipropilene);
- furgone per il trasporto della lana al magazzino;

- locale per l’immagazzinamento e lo stoccaggio della lana succida e di quella lavata;
 - impianto per il lavaggio della lana (affitto, conto terzi, realizzazione);
 - contenitori per la lana lavata;
 - trasporto per la prima lavorazione;
 - prime lavorazioni (cardatura, filatura, tessitura);
 - realizzazione e confezionamento capo artigianale;
 - commercializzazione
- Investimenti immateriali e competenze necessarie:
- messa a punto delle ricette e dei metodi per il lavaggio ed il trattamento della lana;
 - studio e sviluppo dei prodotti per l’isolamento termico degli edifici;
 - analisi qualitative dei prodotti;
 - elaborazione di un sistema di tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti nelle varie fasi produttive;
 - studio, sviluppo e caratterizzazione di un set di prodotti;
 - individuazione della azioni promozionali e di difesa del prodotto trentino;
 - elaborazione delle strategie commerciali;
 - attività di formazione ed assistenza tecnica ai soci di filiera;
 - sviluppo di innovazioni di processo, di prodotto ed organizzative.

Ogni partecipante alla filiera si rende disponibile a seguire delle norme di rintracciabilità del prodotto;

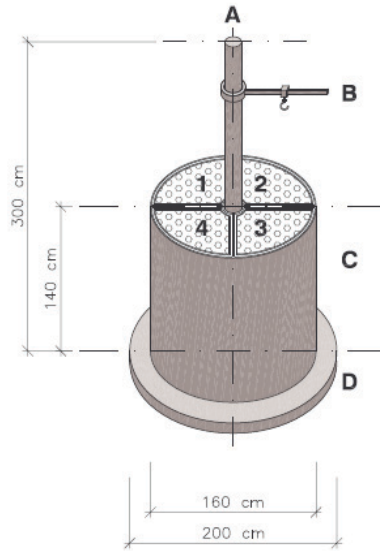
Accanto all’iniziativa di filiera nel corso del progetto è stata analizzata la possibilità di realizzare un prototipo di macchina utilizzabile a livello aziendale per il lavaggio di modesti quantitativi. Le principali caratteristiche del dispositivo sono le seguenti:

- dimensioni ridotte, facile trasportabilità, robustezza e durata nel tempo, facilità di montaggio ed utilizzo.

Il dispositivo è stato progettato per realizzare le seguenti operazioni:

- ammollo della lana succida
- lavaggio della lana con prodotti naturali
- risciacquo della lana
- asciugatura della lana
- riutilizzo dell’acqua dalle fasi più pulite verso quelle maggiormente sporche
- riscaldamento dell’acqua a temperatura voluta
- movimentazione della lana mediante strumenti ausiliari.

Nonostante i positivi risultati raggiunti nel corso del progetto e le numerose iniziative realizzate con la partecipazione attiva e motivata dei vari partner locali si registra attualmente una sostanziale sospensione delle attività a seguito della chiusura del progetto, a parte alcune iniziative di carattere locale che possono contare sulla partecipazione di numerosi volontari. Lo sforzo profuso in termini di organizzazione generale e per la individuazione di un accordo fra gli attori della filiera non ha sortito quindi i risultati attesi, nonostante i vari elementi che lo componevano, valutati e testati nel corso dell’esperienza pilota, dessero una sostanziale affidabilità e volontà di partecipazione.



LEGENDA

- A = montante centrale
- B = braccio girevole con gancio per movimentazione cestelli
- C = corpo serbatoio
- D = basamento
- 1 = cestello forato per ammollo
- 2 = cestello forato per lavaggio
- 3 = cestello forato per risciacquo
- 4 = cestello forato per asciugatura

Figura 1 - Schema di un piccolo apparecchio per il lavaggio artigianale della lana.

Una delle motivazioni espresse nel corso di alcuni incontri successivi al progetto è rappresentata dalla necessità di reperire un determinato capitale iniziale per avviare il ciclo produttivo che avrebbe dato i primi frutti solamente dopo un anno di lavoro e con molta probabilità avrebbe previsto un ritorno completo delle anticipazioni non prima di due anni. La necessità di fornire garanzie fidejussorie agli istituti di credito ha inoltre complicato il quadro.

In altre occasioni è stata manifestata, da alcuni partner, la presenza nell'ambito della filiera di alcuni "soggetti forti" che generavano il timore presso "i soggetti deboli" che in futuro vi sarebbe stato il rischio di monopolizzazione dell'iniziativa vanificando sostanzialmente lo sforzo profuso per la costituzione della filiera. Gli allevatori rappresentano ancor oggi "l'anello debole" della filiera e la particolare situazione dei pastori vaganti non ha consentito di costituire forme di aggregazione e di rappresentazione dei loro interessi in grado di dialogare stabilmente, su un piano paritetico, con gli altri soggetti molto più strutturati ed organizzati.

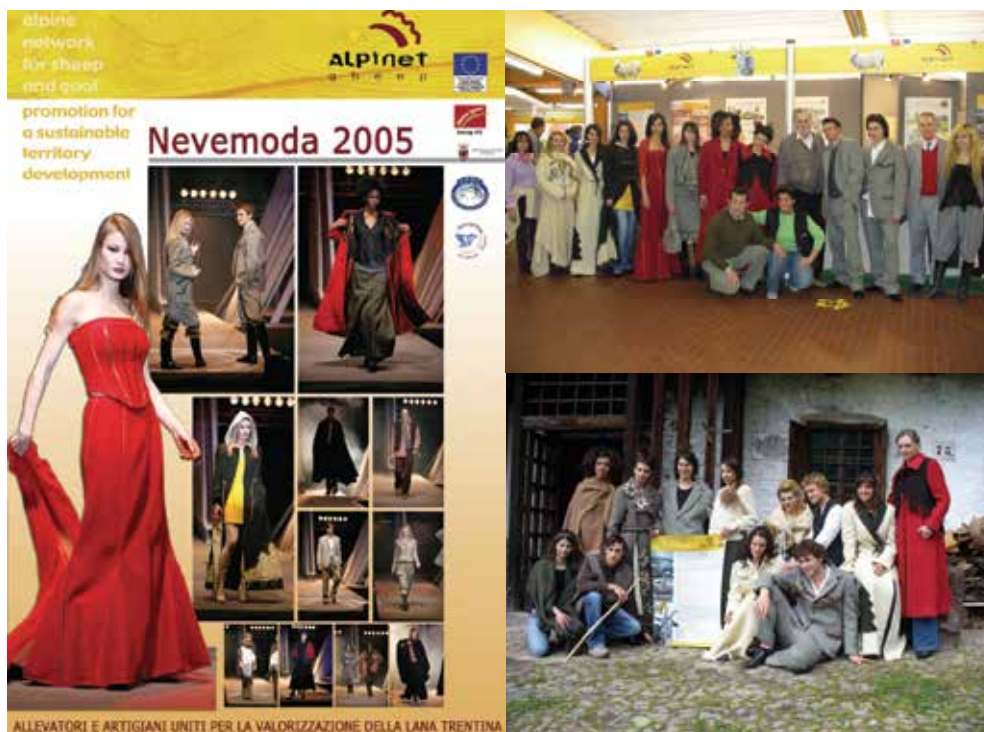


Figura 2 - Gli artigiani trentini, tramite un'azione dimostrativa del progetto ALPINET GHEEP hanno elaborato vari capi unici di abbigliamento ed accessori, reinventando l'uso della lana trentina e reinterpretando moda e tendenze apportando un tocco innovativo nel solco della tradizione. I prodotti realizzati sono stati presentati in varie manifestazioni come NEVEMODA 2005, ITERALPIN, AGRIMONT, le Selezioni trentine di Miss Italia, la Fiera dell'Artigianato di Rovereto, la Rassegna Ovi - Caprina Provinciale, Pomaria ecc., riscuotendo un gran successo di pubblico e di critica.

La presenza di dubbi e perplessità, che vanno al di là degli aspetti tecnici ma riguardano principalmente gli aspetti relazionali fra i soggetti partecipanti, richiama la necessità di adottare, in tali iniziative, un approccio maggiormente "partecipativo" promuovendo e sviluppando competenze relazionali e capacità di progettazione. In tale contesto la figura del "facilitatore" potrebbe svolgere una funzione strategica portando i soggetti partecipanti ad acquisire nuove competenze come ad esempio: saper analizzare le informazioni e le esperienze di altri e di rielaborarle per il proprio contesto, sviluppare capacità di autovalutazione, saper risolvere situazioni problematiche in modo costruttivo, pianificare le attività, assumersi le responsabilità e la capacità decisionali, interagire in maniera positiva con gli altri gruppi, dimostrare flessibilità ed adattamento, recuperare la fiducia in se stessi anche dopo un apparente insuccesso.

Le tecniche utilizzate per lo sviluppo di iniziative nel contesto partecipativo non mancano anche se il settore agricolo e quello zootecnico in particolare, non ha molta confidenza con essi.

Valutazione dei risultati e considerazioni

L'esperienza pilota ha dimostrato la concreta possibilità che agricoltura, artigianato e turismo possano cooperare in programmi e progetti per la promozione e sviluppo di un prodotto territoriale, come la lana nel caso presentato, avendone reciproco beneficio e migliorando la sostenibilità del sistema territoriale nel suo complesso.

Appare importante la presenza di un adeguato livello di capitale sociale e di servizi nonché la creazione di stabili relazioni fra i settori per favorire l'innovazione, la capacità progettuale e la possibilità di sviluppare programmi comuni rivolti al territorio (Livello sociale / relazionale).

I principali elementi strategici emersi sono: la qualità e la specificità dei prodotti, dei processi e dei servizi individuati; garantire tracciabilità e rintracciabilità delle produzioni lungo tutto il processo; migliorare il grado di territorialità delle produzioni e sviluppare la percezione dell'identità territoriale del prodotto; formare nuove professionalità a supporto delle azioni di rete e della programmazione/progettazione intersettoriale.

E' necessario individuare le forme organizzative e contrattuali che consentano al prodotto territoriale di emergere ed affacciarsi sul mercato come punto d'incontro strategico fra tre settori: agricoltura, artigianato e turismo. Lo studio delle relazioni funzionali fra prodotto e territorio pertinente e la capacità di comunicarle al consumatore apporta un significativo valore aggiunto al prodotto stesso ed alle popolazioni locali in termini di competitività e sostenibilità. Nella promozione del prodotto è necessario individuare il modo di esplicitare e integrare nella formazione del prezzo il valore estrinseco del prodotto territoriale anche al fine di fidelizzare il cliente e individuare le forme gestionali e di marketing per allargare il mercato dei vari prodotti territoriali.

L'individuazione di un sistema locale territoriale (SLoT), ossia una rete locale di soggetti con interazioni reciproche verso un obiettivo condiviso che agisce come attore collettivo facendo da tramite fra le risorse ed i valori di un territorio e l'esterno (istituzioni, mercato ecc...), rappresenta un necessario punto di partenza che deve essere costantemente alimentato con iniziative per lo sviluppo di fiducia, reciprocità, cooperazione e lo stabilire regole fra gli attori per l'organizzazione della filiera e la valorizzazione dei prodotti.

L'origine geografica del prodotto e delle materie prime è un elemento importante che deve essere accompagnato da una specifica individuazione delle qualità oggettive del prodotto e del rapporto funzionale che esso ha con il territorio e la sua qualità ambientale e paesaggistica. Oltre al mantenimento ed alla conservazione dei saperi e delle consuetudini di una comunità appare necessario sviluppare la capacità di innovare nella "tradizione" e quindi considerare la tradizione come un fenomeno aperto e non statico, mantenendo vive le forze produttive che le hanno determinate ed inserendo in essa nuovi prodotti, strategie ed azioni necessarie per un ulteriore sviluppo nato dalla cooperazione tra vari operatori.

Ringraziamenti

A Massimo Pirola, che troppo presto ci ha lasciato, per l'entusiasmo, la passione e la competenza che ha dimostrato per lo sviluppo del settore ovi-caprino.

Bibliografia

- Dematteis G., Governa F. (a cura di), 2005. Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello Slot, ed. Franco Angeli, Milano.
- Corrado F., 2007. Il modello SLoT per lo sviluppo locale nelle aree montane. Atti del convegno Autorità locali e attori: generare successo insieme, Torino.
- Bigaran F., Kompan D., Mendel C., Piasentier E., Ringdorfer F., 2007. L'allevamento ovi-caprino nelle Alpi, un manuale di buone pratiche per lo sviluppo del settore ovi-caprino individuate dal progetto Alpinet Gheep. ERSA Gorizia.
- Bigaran F., Pirola M., 2007. Presentazione del progetto Alpinet Gheep; Uno sguardo sui prodotti: la lana - Pastori nelle Alpi storia e testimonianze, GIUNTI.
- Bigaran F., Pirola M, Zomer L., 2005. "Nuove opportunità dal settore ovicaprino". Terra Trentina n.5.
- Bigaran F., 2006. "Il ruolo dei prodotti regionali di qualità nella promozione del territorio" *Europ.a* n.9.
- Bigaran F., 2006. "Iniziative locali del progetto Alpinet Gheep" *Europ.a* n.12.
- Bigaran F., 2007. "Prodotti Territoriali e identità" *Europ.a* n.2.
- Bigaran F., 2008. "Promozione e sviluppo del prodotto territoriale, attività di rete con cinque progetti, *Europ.a*. n.1.