

# VENTICINQUE ANNI DI PRODUZIONI CAPRINE NELLE REGIONI ALPINE: OSSERVAZIONI E CONSIDERAZIONI

**Noè L.**

AGER S.C. - Milano

## **Riassunto**

In questo lavoro si riportano le esperienze maturate in venticinque anni di frequentazioni in aziende caprine nelle regioni della fascia alpina. La macro-area individuata dalle Regioni considerate alpine non si presenta omogenea dal punto di vista altimetrico mentre costituisce un soggetto più uniforme sotto l'aspetto socio-economico e di mercato; quest'ultimo risulta comunque carente di strutture a dimensione sovra aziendale e stenta a definire dei prezzi chiari di riferimento. La frammentazione produttiva, l'assenza e la confusione su scelte strategiche come quelle genetiche ed altri agenti che perturbano questo fragile mercato, non aiutano nel mantenere e riconoscere produzioni e prezzi di mercato. Il prodotto del mercato caprino trova nella lavorazione delle paste lattiche la sua espressione di tipicità e distinzione. La proposta di allargare le occasioni di confronto tra produttori è la strada indicata per creare una riscoperta della dignità professionale e della stessa filiera e nel contempo creare reali occasioni di mercato.

## **Abstract**

***Twenty-five years of goat productions in the Alpine Regions: observations and considerations*** – In this paper 25 years of in-field goat-breeding experiences are summarized. The macro-area represented by the Alpine Regions is not homogeneous as far elevation is concerned, however it presents similar socio-economic and market conditions. The market lacks associative facilities and it struggles to define clear bench-mark prices. Productive fragmentation, lack of clear strategic choices – i.e. in the field of genetics – do not help sustain productions and market prices. Cheese should confer the goat market productions the necessary character of distinctiveness and uniqueness. Broadening the occasions for goat-breeder exchange of experiences is the main way to rediscover professional dignity and create new market opportunities

## **Premessa**

Venticinque anni di continue frequentazioni in aziende caprine nelle regioni della fascia alpina possono contribuire a dare un'opinione sicuramente approfondita sulle problematiche di questo settore di produzione zootecnica.

Definiamo per "regioni alpine" tutte quelle regioni interessate dalla presenza delle Alpi nei propri confini amministrativi (Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia), definendo così una macro-area di vasta entità territoriale e di grande interesse di mercato.

In buona parte di questa macro-area si allevano capre anche in situazione di giacitura territoriale assolutamente diversa rispetto a quella della dorsale alpina. E' inutile sottolineare che è molto più facile allevare animali in pieno piano padano e che nessun testo zootecnico relega

l'allevamento della capra in zone altimetricamente svantaggiate, soprattutto se poi non si fa un uso allevatorio del territorio.

È pertanto evidente che nel settentrione del nostro Paese, esistono condizioni di allevamento estremamente diverse trattate in un unico contesto socio-economico e che si risolvono grossolanamente e ideologicamente in una zona di produzione tipicamente alpina e una di areale non alpino. Queste due realtà produttive condividono una matrice di mercato con condizioni culturali ed economiche simili e assimilabili, creando immediatamente uno squilibrio di forza tra le due realtà, dovuto alle oggettive diverse condizioni di vicinanza e accesso ai principali mercati che si formano, ovviamente, dove si concentra la densità abitativa.

La regione tipicamente alpina e quella del piano settentrionale (o non alpina) sono in linea di massima rappresentate con uno squilibrio abitativo che porta grandi concentrazioni sul piano e rarefazioni più o meno spinte sulla dorsale alpina. Le dorsali alpine diventano però, per tradizione, recettori di flussi turistici importanti caratterizzate dai residenti del piano che abitano le medie e grandi città, che sono storicamente attratti dal turismo alpino.

Un'altra importante dichiarazione di carattere più strettamente zootecnico, che potrà sembrare scontata, nasce dal fatto che la capra dovrebbe avere il diritto di essere trattata come animale rappresentativo di una categoria zootecnica, statistica e commerciale a se stante.

La capra dovrebbe essere considerata una specie zootecnica ad attitudine lattifera il cui prodotto principale dell'allevamento è il latte e conseguentemente i derivati di questo prodotto.

In questa classificazione dovrebbe essere paragonata, proprio per analogie produttive, alla specie bufalina e non a quella bovina, specie in cui l'attitudine alla produzione della carne assume un ben diverso significato allevatorio. Il prodotto carne relativo alla specie capra, nell'allevamento moderno ed economicamente sostenibile, è un prodotto secondario, ma non può essere ignorato perché i problemi organizzativi, legati a questa produzione, non permettono un declassamento di attenzione di questa situazione, proprio come avviene per del comparto bufalino.

Nelle condizioni attuali il formaggio resta il prodotto principe che caratterizza l'allevamento caprino.

Le problematiche più generiche e generali di settore sono ancora molte e spesso irrisolte e riguardano il sistema di allevamento nel suo complesso. Prima ancora riuscire ad affrontare problematiche legate alla produzione, commercializzazione e vendita del prodotto formaggio è bene approfondire le tematiche di carattere generale.

## Numeri e mercati

L'allevamento caprino e il suo comparto produttivo caratterizzano sostanzialmente un settore zootecnico maturo.

Questo ci dicono i numeri di capi allevati in Italia e nelle regioni alpine che sono sostanzialmente in stallo o in lieve tendenziale regresso e sostanzialmente permangono, a livello nazionale, attorno ai 900.000 capi allevati, con una serie storica rilevante che conferma questo dato. I dati Istat fotografano un comparto numericamente composto al 2010, su ambito nazionale, da 861.947 capi allevati (con una differenza del 5% rispetto il rilevamento del 2000 che fissava il patrimonio a 906.974 capi). Al nord Italia, e cito ad esempio la Lombardia, il dato è in controtendenza: infatti a fronte di una popolazione caprina nel 2000 di 49.411 capi allevati al 2010 si registrava un incremento di circa il 17% con un dato fissato a 57.705 capi allevati.

Questo dato non aiuta a fotografare la reale situazione produttiva, perché quello che manca sono i dati organici ed aggregati delle produzioni caprine vere e proprie (litri di latte, materiale caseoso, carni prodotti su base temporale).

La completa assenza di un'analisi del mercato di produzione del prodotto di capra è il vero primo problema che affligge questo settore.

Non è ricavabile e non è riconosciuto a livello merceologico l'intero comparto caprino. ISMEA che è sicuramente la voce più autorevole sul mercato agricolo, al bisogno di dati specifici del settore, confonde il prodotto caprino in una fuorviante voce di "prodotti ovi-caprini".

A livello nazionale il rapporto tra pecora e capra è di circa 7:1, legandosi al concetto dei numeri di animali allevati. La stragrande quantità di capi ovini allevati è nelle due principali isole italiane e nell'Italia centro meridionale. Queste due semplici considerazioni ci possono già portare a dire come qualunque dato legato al mercato di un settore ovino tipicamente centro meridionale non possa adattarsi ad un'idea di mercato di una macroregione come quella alpina per giunta di un'altra specie.

Anche a livello di mercato dell'animale da macello il disordine è assoluto. Non esiste una qualunque classificazione merceologica della carne, non esiste una statistica legata alle macellazioni, chiara ed esaustiva. Voglio solo ricordare la complessità del mercato delle carni degli immaturi, prodotto necessario per la produzione del latte, ma da anni sotto una stagnazione dei prezzi. Questo mercato è poi sotto tiro per le posizioni estremistiche assunte dagli animalisti che ciclicamente non fanno mancare il loro dissenso, danneggiando di fatto questo comparto già afflitto da problemi strutturali.

Pesantissimo il mercato delle capre da riforma. La micro-parcellizzazione della offerta di animali da condurre al macello, l'oggettiva

difficoltà di lavorazione della carne stessa e la mancanza di tradizione di consumo e di “oggetti di consumo” a cui fare riferimento, ha effetti deleteri che si traducono in abbassamenti dei prezzi degli animali avviati al macello.

Un'altra categoria commerciale che sfugge alla statistica di settore è data dal latte alimentare caprino che ha tutte le potenzialità per diventare un importante punto di riferimento per la produzione. Non viene preso in considerazione, sotto il livello statistico, l'import di latte dall'estero.

Tutto il comparto latte in realtà non ha un mercato organizzato se non a livello di microaree. Non esiste un prezzo di riferimento nazionale. Rarissimi sono i casi di pagamento del latte secondo parametri di qualità. La richiesta di prodotto esiste, ma non ci sono tutele per garantire un mercato strutturato e decentemente normato. Anche in questo caso le piccole quantità raccolte per singola stalla deprimono l'offerta del prodotto con conseguente abbassamento dei prezzi.

Per quanto precedentemente detto siamo di fronte ad una assenza di mercato e quindi siamo di fatto in un “non-mercato”. Il prodotto che nella realtà esiste e che viene scambiato in realtà locali, con tutte le condizioni avverse che un mercato locale può contenere, che di fatto, storicamente in agricoltura, ha sempre avuto effetti depressivi sui prezzi.

Per edulcorare questa situazione qualcuno si è inventato la dizione di “prodotto o mercato di nicchia”. L'autore, Giuseppe Dunghi, scrive la definizione che segue che appare piuttosto azzeccata “.... si producono in sostanza solo merci destinate alle persone abbienti, come nell'economia pre-industriale. Stiamo ritornando all'*Ancien Régime*, con i suoi tessuti preziosi, le spezie, i marmi rari, l'arte per il collezionismo, gli oggetti di lusso. Forse perché ci vergogniamo, li chiamiamo “prodotti di nicchia”.....”. ([www.area7.ch](http://www.area7.ch)).

Fare numeri e mercato è sostanzialmente un'altra cosa.

## **Il prodotto**

Analizziamo le produzioni che caratterizzano questo comparto zootecnico.

### **Latte**

Il latte è sicuramente l'elemento di finalizzazione di un allevamento caprino. Non mi soffermo sulle qualità di questo prodotto, tra l'altro ormai chiarite alla grande platea.

Ricordo solo che la capra è, e resta, un animale da latte, soprattutto nella selezione di tipo europeo all'interno della specie. La grande maggioranza di razze che ritroviamo nel nostro Paese ha come primo

riferimento produttivo l'attitudine lattifera. Per questo è bene considerare sotto l'aspetto economico come e quando sia sostenibile avviare e praticare l'allevamento per questo tipo di specie. L'esperienza maturata porta ormai a fissare l'orizzonte economico per il prodotto latte nella realizzazione di strutture che, nel segno della ordinarietà produttiva, siano capaci di produrre non meno di 600 litri di latte/die per almeno 300 giorni di lattazione. L'esperienza insegna anche che è bene specializzare allevamenti capaci di produrre latte come principale (o unico prodotto) e di consorzio questi in progetti di conferimento del latte con contratti di vendita ispirati al concetto della qualità del latte prodotto. Ancora meglio se i produttori di latte hanno forme di controllo sull'entità di trasformazione.

Lo sviluppo di linee di prodotto con capacità nutracemiche, di lattici adatti ad intolleranti e/o prodotti dedicati a categorie di consumo (sportivi, anziani e infanzia) era la via indicata alcuni decenni fa e resta ancora valida ad oggi.

### **Yogurt**

Lo yogurt è forse la produzione meno esplorata in questi 25 anni di osservazioni ed è la trasformazione primaria che potrebbe fornire le maggiori sorprese sotto il profilo di mercato. Quest'ultima è ovviamente una situazione da costruire, ma è indubbia l'attenzione del consumatore sul prodotto yogurt. Ne testimoniano la richiesta e l'attenzione posta per il prodotto nella grande distribuzione (GDO) e il crescente crescere di blog sull'argomento con riferimento all'"*homemade*" che è un mercato, che dati i tempi di crisi, è meglio non dimenticare. Depone a grande favore per la sua esplosione di mercato la relativa semplicità di gestione del prodotto dalla sua fabbricazione alla sua conservazione. In tal senso la prolungata *shelf life* di questo prodotto aiuta anche nella possibilità di commercializzazione, così pure come la sua versatilità di prodotto e il messaggio "fresco" e nutrizionale in esso intrinsecamente contenuto. L'altissima resa in termine di prodotto e il buon prezzo spuntabile dallo stesso sono altri elementi di non poco conto in un'analisi economica.

### **Formaggio**

Sul prodotto formaggio distinguiamo brevemente le grandi tipologie di produzione che sono legate alle condizioni di pratica casearia. Una grande famiglia è rappresentata dai formaggi a coagulazione prevalentemente lattica e l'altra a quella a coagulazione prevalentemente presamica. Erroneamente associata al formaggio è la produzione della ricotta che per motivi di parcellizzazione produttiva e conseguente polverizzazione dell'offerta non riesce ad assumere la dignità commerciale che merita.

Credo fermamente che le lavorazioni delle paste lattiche debbano prevalere per identificare questo tipo di allevamento e ne tipicizzino in maniera più spinta il mercato.

Non ci possiamo permettere di coniugare, in questa sede, tutte le categorie di formaggi che si possono ottenere con le combinazioni tecnologiche. Tuttavia possiamo come esempio riportare che il più interessante e strutturato concorso caseario caprino nazionale riservato ai formaggi di latte di capra, in purezza, tenuto regolarmente in Milano, denominato “All’ombra della Madonnina” e giunto alla nona edizione consecutiva, distingue 13 categorie di giudizio.

Le elenchiamo di seguito con sua codifica di concorso:

- 100 - formaggi freschi a coagulazione lattica non aromatizzati – tipologia “caprino fresco” (prodotti massimo 6 giorni prima della data del concorso)
- 200 - formaggi a coagulazione lattica con crosta fiorita
- 300 - formaggi a pasta molle con crosta fiorita
- 400 - caciotte e formaggelle del peso sino a 0,5 kg
- 410 - caciotte e formaggelle del peso superiore a 0,5 kg
- 500 - formaggi a pasta dura del peso superiore a 2 kg
- 600 - formaggi erborinati
- 700 - formaggella del luinese DOP
- 800 - fatuli
- 900 - cacio-ricotta
- x00 - formaggi con affinamenti particolari o aromatizzati

A queste categorie si sono attualmente anche aggiunte due categorie di giudizio relative agli yogurt

- yb0 - yogurt bianchi, non aromatizzati
- yc0 - yogurt aromatizzati e/o zuccherati

Sposterei proprio su questo argomento tecnico il giudizio sulla produzione, il *focus* di questo capitolo e nelle conclusioni riprenderemo questo concetto.

Nel mondo del formaggio caprino le produzioni con riferimenti storici su cui fare riferimento sono davvero pochissime. Pertanto ci si trova a che fare con un mondo di produzione di medie o piccole produzioni industriali, semi industriali o artigianali, i cosiddetti prodotti “*fermier*” difficilmente codificate e il cui riferimento commerciale o merceologico è lasciato alla capacità di chi produce o commercializza.

Questo ovviamente alimenta il concetto di “non-mercato” che si è precedentemente illustrato. Fare quindi del marchio aziendale la forza per veicolare il prodotto pare la via obbligata.

L'altra grande area di confronto su cui lavorare è quella del gusto e della penetrazione del mercato di questo prodotto che sostanzialmente è abbastanza poco conosciuto. L'educazione al gusto, la sua riconoscibilità, la conseguente capacità di apprezzamento del prodotto, che si traduce nel senso fisico di saper dare un prezzo, sono ingredienti che aiutano a rendere stabile e maturo il mercato soprattutto se a sostenerlo è un marchio aziendale. La consapevolezza del consumatore di saper apprezzare ciò che consuma, accostata al prodotto in cui la qualità è l'espressione suprema, è il binomio che garantisce solidità ad un sistema che non ha ancora fissato punti di riferimento forti, tipici di un mercato strutturato.

## **Carne**

La carne è un comparto veramente emblematico ed è vissuto come una conseguenza della produzione lattiero-casearia del settore caprino. Innanzitutto la produzione del redo è necessaria per l'inizio della carriera lattifera della capra e pertanto si configura come necessità produttiva, ancor prima di essere un terminale di produzione. Parimenti è una necessità anche il mercato degli animali da riforma. Nel settore caprino i ritmi di rimonta assumono dimensioni solitamente importanti. Di fatto si considera un tasso medio di riforma attorno al 20% annuo del gregge, ma non è raro assistere a tassi decisamente più alti (fino al 30%).

Il primo mercato, legato agli immaturi, soffre, risaputamente, dei picchi stagionali concentrati attorno alla Pasqua e al Natale ed ha un mercato dei prezzi sostanzialmente fermo da oltre 20 anni, contro gli immaginabili aumenti dei costi di produzioni occorsi in questo stesso periodo. Il capretto è presente sui mercati di “fuori periodo” in misura considerevolmente inferiore rispetto all'agnello. L'agnello infatti è riuscito a trovare spazi di mercato, anche importanti, come carne da ristorazione.

Il prodotto capretto è completamente assente durante l'anno sui listini di quotazione, mentre appare, sporadicamente nei due periodi di punta. Nessuna specifica tecnica caratterizza cosa sia il prodotto capretto. La differenza di prezzi spuntati tra animali prodotti nei periodi di punta e di richiesta di mercato non ha alcun nesso con quanto si spunta in altri periodi dell'anno per la stesa qualità di prodotto.

Il mercato delle capre da riforma è assolutamente inesistente. L'offerta annuale porta ad avere lotti relativamente piccoli poiché si parla di 20 animali su 100, per ogni allevamento, spesso composti da animali da latte in fine carriera che commercialmente sono sempre molto poco appetibili. La

conseguente inesistenza dell'offerta e la scarsa numerosità dei soggetti da avviare al macello gioca ad un'ovvia depressione dei prezzi delle carcasse.

### **Altri prodotti**

Le pelli, il pelo, come filato speciale (*cashmere*), ha un mercato assolutamente assente in una sua forma organica. Addirittura non pervenuto il dato del mercato relativo al cuoio anche in base ad un'astratta idea di domanda, essendo il cuoio di capretto molto ricercato dalle concerie. Ricordiamo che il cuoio ricavato soprattutto dal capretto è uno dei più pregiati e non è forse casuale che le parti più intime della mummia del Similaund erano protette proprio da questo materiale. Costi di manodopera eccessivi e problematiche ambientali fanno desistere da qualunque ipotesi di organizzazione di produzione. Per altra parte possiamo riportare l'esperienza di produzione del "*cueros de sombras*" ottenuta semplicemente essiccando pelli di capretto al riparo della luce solare diretta senza alcuna obbiettiva difficoltà. Il prodotto così ottenuto nel deserto di Mendoza (ARG) aveva un'ottima lavorabilità e un ottimo mercato. Questo prodotto potrebbe avere qualche ragione di esistere su scala di produzione familiare, similmente al mercato che si è sviluppato per alcune realtà legate alla filatura del *cashmere*. Alcune realtà legate al mondo del *cashmere* stanno dimostrando che è possibile gestire un sistema produttivo basato su questo prodotto, anche se questa attività è di grande difficoltà manageriale in quanto in diretta competizione con mercati troppo competitivi sulla materia prima e sorretti inoltre da una non corretta gestione del mercato del lavoro legato a forme di sfruttamento dello stesso nei paesi di origine del *cashmere*. Per proporre questo tipo di produzione è necessaria una grande capacità di porsi sul mercato. Sicuramente adatta ad imprenditori di tipo straordinario. È bene chiarire le oggettive difficoltà sia in fase di partenza dell'allevamento, con un mercato del bestiame non ampio, e con una difficoltà di proporre il prodotto finale.

### **Miti e problemi**

In questi anni si è assistito ad alcune situazioni che più di altre hanno perturbato il già fragile "non-mercato" descritto.

La prima problematica è rappresentata dall'applicazione, diffusa nel mondo allevatorio, di una serie di concetti legati alla genetica e di conseguenza alla selezione di razza basati su concetti fuorvianti e poco chiari sotto il profilo selettivo.

Il primo elemento è legato alle numerosità delle razze sottoposti alla presunta selezione. La razza si sa è un elemento fittizio della genetica e



occupa uno spazio al disotto del concetto di specie. Razza è ciò che all'interno di una specie è codificata da accordi tra gruppi di allevatori.

In Tabella vengono proposti i dati del patrimonio caprino censito da Assonapa al 30 giugno 2014 e relativa alla macro-area delle regioni alpine (Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia). Il dato ordinante in tabella è la numerosità totale di popolazione

In Italia il sistema per certificare una razza passa attraverso l'iscrizione ai Libri Genealogici e appartengono alla razza solo quegli animali che rispettano quanto dettato dalle convenzioni specifiche di ogni singola razza.

Appare chiaro che nell'area in questione (e cambia di poco considerando l'ambito nazionale) i numeri delle razze ci possono solo far parlare di conservazione di razza, con al limite qualche timido accenno alla selezione se si ragiona con le due razze cosmopolite (Camosciata delle Alpi e Saanen). Non si sono mai affrontati, in maniera corretta, i progetti genetici con una coscienza dei numeri del settore.

**Tabella 1** - Patrimonio caprino censito da Assonapa al 30 giugno 2014 e relativa alla macro-area delle regioni alpine

Razza		Becchi	Capre	Totale	Aziende	capre/ becco	capi/ aziende
CAMOSCIATA DELLE ALPI	LG	624	10.633	11.257	226	17,04	49,81
SAANEN	LG	487	10.030	10.517	169	20,60	62,23
LARIANA O DI LIVO	RA	129	2.733	2.862	89	21,19	32,16
BIONDA ADAMELLO	RA	128	2.218	2.346	106	17,33	22,13
FRISA VALTELLINESE	RA	158	1.907	2.065	87	12,07	23,74
PASSEIRER GEBIRGZIEGE	RA	220	1.398	1.618	276	6,35	5,86
VERZASCHESE	RA	58	1.203	1.261	37	20,74	34,08
ROCCAVERANO	RA	58	1.201	1.259	34	20,71	37,03
METICCIA (C)	NN	21	947	968	123	45,10	7,87
OROBICA	RA	72	850	922	65	11,81	14,18
VALDOSTANA	RA	74	566	640	160	7,65	4,00
ALPINA	RA	19	358	377	117	18,84	3,22
VALLESANA	RA	33	343	376	16	10,39	23,50
CAPRA PEZZ. MOCHENA	RA	16	195	211	20	12,19	10,55
SEMPIONE	RA	0	19	19	3		6,33
MALTESE	LG	1	18	19	1	18,00	19,00
RAZZE MERIDIONALI	RA	3	37	40	5	12,33	8,00

Il mito del “cambio di sangue” o il ricorso all’inseminazione artificiale, in queste popolazioni così misere in termini numerici, ha generato ben più fraintendimenti che risultati. Resta di fatto che ad oggi aziende che perseguono dei corretti piani di selezione nella regione alpina sono rare, ma soprattutto il materiale, in particolare quello maschile, non ha una certezza genetica supportata dai numeri, né su base aziendale dove si concentrano la quasi totalità degli avvenimenti riproduttivi, né su base extra-aziendale mediante l’uso di seme congelato sempre di provenienza estera, ignorando che i concetti di razza oltretutto sono basati su concetti diversi da quelli italiani. Basti pensare che i becchi offerti, per una volta su un mercato ben organizzato, non hanno mai citato come dato di accreditamento il numero di allevamenti dove hanno distribuito il loro esiguo numero di figlie. Basti pensare che le sole dita di una mano bastano, abbondantemente, per contare i becchi che hanno più di 1000 figlie in prova di progenie.

Il “cambio di sangue” è poi una necessità che nasce da una scorretta informazione da sempre tramandata negli allevamenti di carattere familiare, ma che non trova riscontro ancora oggi nelle moderne situazioni di allevamento. Basta osservare il dato nella precedente tabella relativa al rapporto capre/becco per capire che negli allevamenti il problema della consanguineità è ridotto al minimo ed è assolutamente gestibile con un minimo di piano di gestione delle greggi. Forse basterebbe insegnare come si possa correttamente gestire una rotazione dei becchi aziendali o addirittura arrivare all’azzardo di programmare la gestione di più becchi in diversi allevamenti. Giova ricordare che la consanguineità è, e resta, una forma per attuare selezione genetica. Il fatto che si sappia utilizzare la genetica è anche questa, come per il discorso dei mercati, un’altra faccenda.

Della lotta all’Artrite-Encefalite Caprina, altro problema, si è detto in mille occasioni. Mi domando a distanza di vent’anni (il problema dell’artrite è esploso con un leggero ritardo rispetto alla mia esperienza zootecnica) quali dati reali ed economici si siano ottenuti per significare quanto abbia giovato questo tentativo di eradicazione, oltre al fatto ad aver contribuito a migliorare le buone pratiche di allevamento, che resta un dato comunque di sicuro successo. Dalla vicina Francia e nemmeno dalla altrettanto attenta Svizzera, giungono notizie che ci possano confortare sotto il profilo economico. Anche questo è stato un pensiero che ha attraversato nel bene e nel male il settore e che dovrebbe avere un punto di sintesi finale.

Ultima frontiera a cui assistiamo è il problema legato al “benessere animale” concetto a cui non si può che non aderire. Guardiamo con un certo sospetto le introduzioni di alcune norme e spaventano le derive “intellettuali” sull’applicazione di queste norme che spesso vengono date in mano a persone non propriamente confidenti alla pratica di produzione zootecnica.

Il rischio di generare alcune situazioni di grave intralcio alle corrette prassi di allevamento o di produzione è più che reale. Il rivolgere la massima attenzione all'applicazione delle famose norme del benessere animale dovrebbe portare sicuro beneficio agli animali allevati, ma anche altrettanta serenità a chi opera nella filiera con speciale attenzione a chi opera direttamente sugli animali e anche al personale che contribuisce, ad esempio nelle operazioni di macellazione, al compimento della filiera produttiva. Non sempre le prime impressioni sono le migliori.

### **La creazione di proposte forti**

Arrivando alle conclusioni si può affermare che il settore caprino, specialmente nell'area di nostra pertinenza si presenta come settore maturo e vitale, ma con situazioni di sistema di estrema debolezza. In sostanza le singole attività reggono, secondo leggi economiche che regolano la singola attività, ma il sistema di connessione allargato tra allevamenti è molto debole.

Questo impone delle riflessioni di carattere epocale.

La prima azione da intraprendere va nel senso della ricerca della qualità nella quantità. Questo binomio, in particolare in questo settore non può essere scisso. Qualità totale sicuramente come riferimento, ma indubbia ricerca dell'aumento di prodotto da collocare in un mercato che va costruito con azioni a dimensioni sovra-aziendali.

La valorizzazione del prodotto, o meglio dei prodotti, deve passare prima dalla fissazione dei parametri della qualità e poi dalle azioni di valorizzazione del prodotto stesso.

In questo contesto inseriamo, ad esempio, questa serie storica (Tabella 2) che ci offre la Delegazione di Milano di ONAF (Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Formaggio) relativa al concorso caseario caprino nazionale riservato ai formaggi di latte di capra, in purezza, denominato "All'ombra della Madonnina", tenuto regolarmente in Milano, giunto alla nona edizione consecutiva: Unico nel suo genere, per longevità e per numeri raggiunti.

Nei nove anni di manifestazione si sono raccolti e valutati 765 campioni di formaggio, con una media annua di 85 pezzi per concorso, e 66 campioni di yogurt (9,43 media/concorso).

**Tabella 2** – Numero di formaggi e yogurt presentati al Concorso caseario caprino nazionale “All’ombra della Madonnina” dal 2006 al 2014 (ONAF, Milano)

anno	formaggi (n°)	yogurt (n°)
2014	81	8
2013	111	15
2012	76	11
2011	62	6
2010	118	10
2009	46	7
2008	99	9
2007	71	-
2006	101	-
totale	765	66
media	85,00	9,43

Nei nove anni di manifestazione si sono raccolti e valutati 765 campioni di formaggio, con una media annua di 85 pezzi per concorso, e 66 campioni di yogurt (9,43 media/concorso). Questo ha un enorme significato storico nella ricerca della qualità. I produttori provenienti dalla gran parte delle regioni della macro-area alpina, ma anche da regioni esterne ad essa, sia nazionali sia della Svizzera italiana, si sono sottoposti al giudizio di giurie di personale specializzato (Maestri Assaggiatori, quindi personale istruito da due corsi specifici di assaggio) e si sono confrontati con giudizi forse fin troppo severi. A riprova di quanto affermato seguono le due tabelle (Tabelle 3 e 4) relative alla riclassificazione dei prodotti per categoria di giudizio.

Le produzioni casearie sono state sottoposte a giudizio tramite scheda tecnica fin dal primo concorso e dalla seconda edizione sono state premiate rispetto a categorie di punteggio. Raggiungeva l’eccellenza quel prodotto che somma un punteggio superiore ad 83 punti. La grande severità di giudizio, il continuo aumento di competenze sia dell’apparato giudicante, che dei concorrenti ha portato a una situazione di continua e dinamica ricerca di miglioramento della qualità. Si è dimostrato come nel tempo questo processo di affinamento di giudizio e di prodotti presentati porti a premiare prodotti sempre “più eccellenti”. Questo è il modo di fare e far fare qualità.

**Tabella 3** - Concorso caseario caprino nazionale “All’ombra della Madonnina” dal 2006 al 2014: classifica formaggi (ONAF, Milano)

anno	Formaggi	eccellenze >83	qualità >73	altri
2014	81	5	28	48
2013	111	4	51	56
2012	76	5	29	42
2011	62	3	33	26
2010	118	2	29	87
2009	46	3	16	27
2008	99	16	41	42
2007	71	8	15	48
2006	101	valutazioni differenti (1/2/3 di ogni categoria)		
totali	765	46		
medie	85,00	5,75	30,25	47,00

Lo yogurt ha una storia di concorso meno ampia nei numeri e una maggior difficoltà nelle uniformità di giudizio.

**Tabella 3** - Concorso caseario caprino nazionale “All’ombra della Madonnina” dal 2006 al 2014: classifica yogurt (ONAF, Milano)

anno	yogurt	eccellenze >83	qualità >73	altri
2014	8		1	7
2013	15		15	
2012*	11	1	6	4
2011	6			6
2010	10		5	5
2009	7	1	2	4
2008	9		3	6
2007				
2006				
	*valutazione di gradimento del pubblico			
totali	66	2		
medie	9,43	1,00	5,33	5,33

Questo dovuto al fatto che fosse un prodotto “infiltrato” in un concorso caseario. Infatti solo dall’ edizione 2014 gode di una scheda di giudizio come il formaggio. Come per il formaggio, dovrà subire un assestamento negli apparati giudicanti (si può notare una serie anomala nei concorsi del formaggio dal 2006 al 2009), ma poi il sistema di confronto produrrà gli stessi benefici che il concorso ha dato per lo sviluppo della qualità del formaggio.

Questa esperienza creata in una grande città del piano che giungerà al suo decennale nell'anno di Milano Expo 2015, indica come il mercato del prodotto caprino può assumere anche momenti meno astratti. Indica come il prodotto caprino deve essere portato dove la concentrazione abitativa della macro-area riesce ad avere ampio pubblico. Portando il prodotto caprino e una *kermesse* ad esso collegato in una grande città si creano spazi commerciali, quindi occasioni di fare mercato.

## Conclusioni

L'esempio testé riportato ci indica come deve cambiare la concezione della produzione, che sempre di più si deve proiettare nel mercato e deve, per questo, creare un mercato. Il mercato non può vivere di momenti asfittici, di piccoli numeri, di "pane quotidiano". La creazione di una produzione nuova e moderna deve necessariamente passare dal "2.0", in situazioni in cui si stabiliscano le condizioni per creare una struttura sovra-aziendale, leggera e moderna come i nuovi sistemi tecnologici sanno offrire, in cui gli allevatori, che sono i produttori, sappiano controllare, come sempre, il processo produttivo, ma anche il suo *iter* finale che è quello remunerativo. In una situazione come quella contingente, di carattere generale, è solo l'impresa privata che può guidare un tentativo così rivoluzionario. Rendere protagonisti gli allevatori del destino economico del proprio prodotto è davvero la nuova frontiera.

Se un sistema di rivoluzione nel controllo finale del prodotto viene avviato allora a questo non può che far seguito una nuova concezione anche del sistema di allevamento. L'allevatore diventa protagonista anche in questo nuovo paradigma. La concezione di allevamento si impronta davvero sul "costo del litro di latte" e non "sul litro di latte" o addirittura, come abbiamo finora visto, "sul numero di capi".

Questo porta al capovolgere delle dinamiche fino ad ora adottate nel sistema allevatorio caprino. Dal ragionare sul costo della produzione e sul mercato su cui terminare la produzione stessa si sviluppano a ritroso gli accorgimenti e le pratiche aziendali. Ci si accorgerà allora molto rapidamente del bisogno di piani genetici che portino ad avere animali che producano con il minimo degli input esterni. Questo porterà ad un'oculata scelta dei mezzi di produzione e non necessariamente all'aumento della produzione, quindi razionalizzerà le scelte di carattere manageriale ed anche genetiche.

Tutto questo sta avvenendo in realtà di allevamento caprino molto più dinamiche della nostra, ad esempio nel mercato francese, dove si sono da tempo verificati fenomeni che portano a screditare le scelte che ancora oggi vengono perniciosamente proposte in questo settore. Ci si accorgerebbe

come l'organizzazione del mercato, del lavoro e delle infrastrutture extra-aziendali diventano prioritarie rispetto alle pratiche di produzione tanto da far tendenzialmente sparire problemi per noi giudicati di primaria importanza (eradicazione della Artrite-Encefalite Caprina o uso dell'inseminazione artificiale su tutte)

In ultimo ci sentiamo in dovere di lanciare un ultimo richiamo che è più di carattere sociale, ma che impatta fortemente sulla vita degli allevatori. Siamo sempre più convinti che il trovare una dignità di filiera e una dignità professionale sia un appagamento dovuto a chi affronta questo settore che pare semplice sotto il profilo professionale, ma che invece nasconde insidie tipiche di un sistema complesso come sempre è un sistema allevatorioale. Spendere tempo e denaro per dare dignità a chi opera con passione è comunque un investimento che rende in termini di risultati, anche economici. C'è grande invidia nel vedere figure come l'"*eleveur du chevre*" o il "*vigner*" nelle frequentazioni d'oltralpe. Appare evidente come la spesa in strutture che aiutino la produzione primaria, come mercati, strutture di mutuo soccorso, organizzazioni dei fattori produttivi e del lavoro, portino poi ad elevare il livello del prodotto finale e il senso di appagamento di chi spesso si trova solo ad affrontare un mondo ricco di imprevisti. Dignità di filiera e dignità di professione sono elementi imprescindibili per ristrutturare un moderno mondo per la produzione caprina.

