



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

FLORE

Repository istituzionale dell'Università degli Studi di Firenze

Valorizzazione delle produzioni animali mediante certificazione biologica

Questa è la Versione finale referata (Post print/Accepted manuscript) della seguente pubblicazione:

Original Citation:

Valorizzazione delle produzioni animali mediante certificazione biologica / A. MARTINI. - STAMPA. - (2004), pp. 8-11. (Intervento presentato al convegno Primo convegno internazionale sulla valorizzazione delle produzioni animali locali, Borgo S. Lorenzo tenutosi a Borgo S. Lorenzo nel 10-13 giugno).

Availability:

This version is available at: 2158/258448 since: 2018-11-19T10:35:41Z

Publisher:

Noferini - Borgo San Lorenzo (FI)

Terms of use:

Open Access

La pubblicazione è resa disponibile sotto le norme e i termini della licenza di deposito, secondo quanto stabilito dalla Policy per l'accesso aperto dell'Università degli Studi di Firenze (<https://www.sba.unifi.it/upload/policy-oa-2016-1.pdf>)

Publisher copyright claim:

(Article begins on next page)

Primo Convegno Internazionale sulla Valorizzazione delle Produzioni Animali Locali

**12 giugno 2004 – Fiera Agricola – Borgo S. Lorenzo
(Firenze)**

TRADUZIONE E SINTESI DEGLI INTERVENTI A CURA DI:

**ANDREA MARTINI, ALESSANDRO GIORGETTI E
GIANGIACOMO LORENZINI**

**DIPARTIMENTO SCIENZE ZOOTECNICHE
DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FIRENZE**

Sommario:

Mugello: Realtà zootecnica tradizionale ed emergente in Toscana.....	2
Valorizzazione delle produzioni animali mediante certificazione biologica	7
Produzioni zootecniche biologiche nell'Unione Europea e nel Regno Unito	11
Valorizzazione delle produzioni biologiche in Olanda.....	16
Lo sviluppo dell'allevamento ovino in condizioni difficili. Allevamento biologico o Marchio di qualità	20
Blason Prestige: Un "Label Rouge" (Marchio Rosso) per valorizzare la Limousine..	26
Documento finale	28

Alessandro Giorgetti

Dipartimento di Scienze Zootecniche, Università di Firenze, Italia
alessandro.giorgetti@unifi.it

Nota: Il prof. Alessandro Giorgetti, ordinario di Zootecnica Speciale Tropicale e Subtropicale dell'Università di Firenze, da sempre impegnato negli studi riguardanti le produzioni animali tipiche e di qualità e la salvaguardia delle razze locali, è delegato del Rettore per la costituzione del Polo Universitario del Mugello che avrà sede nell'ex Ospedale di Luco.

Mugello: Realtà zootecnica tradizionale ed emergente in Toscana

1. Premessa

Le profonde trasformazioni che hanno interessato il settore agrozootecnico negli ultimi decenni hanno profondamente coinvolto anche il territorio del Mugello, che ha manifestato grandi capacità di sviluppo e di evoluzione tecnologica. Oggi, di fronte agli inarrestabili processi di globalizzazione dei mercati, compresi quelli dei prodotti zootecnici, si rendono sempre più evidenti i pericoli di ristagno, involuzione e declino.

Quali possono essere le risposte?

Innanzitutto quella di valorizzazione della tipicità e della qualità e in secondo luogo un'organizzazione a livello di area vasta o di distretto.

E' opportuno in primo luogo sottolineare che il binomio tipicità-qualità deve essere considerato inscindibile, perché non tutti i prodotti tipici sono necessariamente prodotti di qualità. La tipicità senza qualità non ha molte possibilità di incidere in maniera significativa sui mercati locali ed ha scarse o nulle possibilità su scala più grande; in pratica non è in grado di contribuire allo sviluppo economico di un territorio e di difenderlo dall'assalto dei mercati stranieri. Di conseguenza la valorizzazione di un distretto deve avere come prerequisito l'unione tra tipicità e qualità.

D'altra parte produrre qualità non è semplice in presenza di filiere complesse, come quelle zootecniche, nelle quali la qualità del prodotto dipende, forse più che in altre, dalla qualità sia della materia prima che del processo produttivo.

Nel caso del latte, facendo riferimento alle diverse fasi della filiera:

- i) allevamento;
- ii) mungitura;
- iii) trasporto del latte;
- iv) suo processamento e confezionamento;
- v) distribuzione del prodotto,

dobbiamo considerare che, da un punto di vista qualitativo, la fase più importante è senza dubbio la prima, dove i fattori coinvolti (tipo genetico, sistema di allevamento, alimentazione) sono in grado di determinare variazioni consistenti nel prodotto finito.

Le altre condizionano meno gli aspetti qualitativi propriamente detti ma sono importanti dal punto di vista igienico sanitario.

La filiera della carne prevede le fasi:

- i) allevamento (dalla nascita alla macellazione);
- ii) trasporto e permanenza presso i macelli;
- iii) uccisione e macellazione;
- iv) trattamento delle carcasse;

v) sezionatura in tagli e loro conservazione

La prima fase, molto lunga, è quella che più condiziona gli aspetti dietetici della produzione (in particolare il tipo genetico e l'età di macellazione). Le altre condizionano soprattutto gli aspetti "sensoriali" del prodotto. Ogni errore in un passaggio (o anche la semplice ostinazione a perseverare su modalità di processo discutibili e sicuramente migliorabili) si traduce in una compromissione della qualità, e senza qualità un distretto non è in grado di valorizzare le produzioni territoriali e di rispondere all'aggressività dei mercati internazionali.

2. L'organizzazione distrettuale

Una singola impresa generalmente non realizza l'intera filiera; da qui l'esigenza di un'organizzazione di tipo distrettuale, in cui è opportuno che coesistano imprese di diverse tipologie e di diversa collocazione nella filiera.

Un distretto funzionale deve possedere alcune caratteristiche:

Ampiezza. Un distretto è generalmente policomunale, può però arrivare a coprire un territorio provinciale o poliprovinciale. E' importante la compresenza di più aziende coinvolte nello stesso processo produttivo.

Omogeneità negli indirizzi produttivi. Un territorio che produce qualità è sempre relativamente omogeneo dal punto di vista produttivo, segue cioè le proprie vocazioni naturali, che solitamente, anche per raggiungere una certa massa critica, sono limitate a due tre indirizzi principali.

Tradizione produttiva. E' molto importante non solo per il know how, che può contare su basi solide e esperienze acquisite, ma anche perché la tradizione può entrare nelle azioni di marketing e di promozione, può essere cioè "spesa" sul mercato.

Presenza di materia prima. E' importante, anche se non fondamentale. Esistono infatti distretti dove il punto di forza è rappresentato da un prodotto trasformato, proveniente da lavorazione di materie prime provenienti dall'esterno.

Plusvarianza qualitativa di materia prima, di processo e di prodotto. Sono elementi indispensabili. Se, come giusto, è assolutamente necessario puntare sulla qualità del prodotto, è opportuno sottolineare che questa è basata sulla qualità della materia prima e sulla correttezza di tutte le fasi della filiera.

Completamento della filiera al suo interno. Può essere molto utile, dal punto di vista economico e organizzativo, ma non è una caratteristica indispensabile.

Innovazione tecnologica. E' necessaria l'adozione di tecnologie di produzione appropriate, che spesso, anche se non sempre, sono le più avanzate.

Presenza di centri di ricerca. E' indispensabile per il punto precedente.

Oggi tutte queste caratteristiche (tranne l'ultima, che lo sarà a breve: vedi il polo universitario di Luco) sono presenti contemporaneamente in Mugello, che si presenta perciò come un distretto alimentare naturale, in grado di fornire prodotti pregiati.

3. Tipicità e razze autoctone, loro conservazione e valorizzazione

Nel settore delle produzioni animali la tipicità può trovare punti di forza nel recupero del materiale genetico autoctono, ovviamente quando questo sia in grado di fornire prodotti qualitativamente pregevoli. Il recupero dei genotipi locali autoctoni può perciò essere una risposta alla crescente richiesta da parte del consumatore di prodotti meno anonimi, con buone caratteristiche sensoriali e dietetiche.

Le azioni di recupero non possono essere improvvisate, sono lunghe e complesse. Inoltre un recupero finalizzato alla sola conservazione non ha senso da un punto di vista produttivo. Il tipo genetico recuperato deve avere in primo luogo caratteristiche

tali da poter entrare nel mercato e quindi deve avere una consistenza sufficientemente ampia da soddisfare le richieste del consumo, almeno su scala locale. Per mantenersi sul mercato, in maniera concorrenziale, deve inoltre presentare caratteristiche di plusvarianza qualitativa.

Il recupero produttivo di un tipo genetico locale deve partire da un accurato monitoraggio delle consistenze e dei processi di filiera. A questo deve accompagnarsi una caratterizzazione genetica, per avere in primo luogo certezza che si tratti di razza e non di ecotipo e in secondo luogo per disporre di dati certi da utilizzare in eventuali programmi futuri di rintracciabilità. E' inoltre indispensabile disporre di informazioni accurate sui livelli di eterozigosi per valutare le possibilità oggettive di una valorizzazione; un tipo genetico in fase di recupero deve infatti essere selezionato e ciò non è possibile se si ha a che fare, al limite, con un clone. Per poter eseguire accoppiamenti programmati, rendere operativa l'attività di selezione e puntare all'incremento numerico è inoltre necessario un libro genealogico o un registro anagrafico.

Le filiere produttive tradizionali sono in genere suscettibili di miglioramento o di ottimizzazione e ciò può consentire l'ottimizzazione e la caratterizzazione del prodotto, in termini qualitativi, con il massimo dell'economicità della produzione.

Una volta realizzati questi passaggi si può procedere alla stesura di un disciplinare di produzione, alle eventuali azioni per la creazione di un marchio e all'attività di promozione.

In quest'ottica rientra il lavoro intrapreso dall'Università di Firenze sulla razza bovina Calvana, che sta già dando alcuni risultati promettenti.

4. Qualità e genotipi alloctoni

Oltre alle razze o popolazioni storicamente presenti sul territorio, quando l'ambiente lo consente deve essere considerato con favore anche il germoplasma alloctono. Nel caso del Mugello sono ormai da molti anni presenti, e quindi in qualche modo "naturalizzate", le razze bovine Limousine e Charolais, oltre naturalmente alle razze da latte Frisona e Bruna. Sulla qualità assoluta dei prodotti di queste razze non possono esserci dubbi; i processi produttivi del Mugello poi rendono peculiari e in qualche modo ancora migliori il latte e le carni di queste razze, alimentate e allevate in maniera corretta.

Inoltre, per la carne, non possono essere escluse a priori le razze completamente alloctone. Il riferimento vale in particolare per le britanniche Shorthorn, Hereford, Aberdeen-Angus.

Potrebbe apparire singolare l'opzione verso razze straniere, tra l'altro spesso criticate per l'entità della loro adipogenesi, soprattutto nel territorio di una Regione che vanta le origini della razza più antica e forse più nota al mondo per la qualità delle sue carni come la Chianina. In realtà ci sono almeno due fattori che potrebbero incoraggiare una scelta verso le razze britanniche. La prima è la loro estrema precocità nella maturazione commerciale, che consente una macellazione assai precoce, quando le caratteristiche delle carni sono eccellenti sia dal punto di vista sensoriale che dietetico. La seconda riguarda il crescente interesse per le produzioni biologiche e quindi l'adozione di piani alimentari, per i bovini da carne, a contenuto energetico relativamente modesto. Ora, al di là di motivi "affettivi" o di campanile, la scelta di una razza estremamente tardiva nella maturazione commerciale, quale la Chianina, per l'allevamento biologico, non è sorretta da alcuna motivazione plausibile o scientificamente valida. La Chianina è razza che deve mangiare molto e molti concentrati, se si vuole macellarla entro i 20 mesi; oltre questa età otterremo carni

ancora sicuramente gustose ma altrettanto sicuramente prive di quelle caratteristiche di salubrità che hanno rappresentato un punto di forza nella promozione nazionale e internazionale della razza. Razze molto precoci possono invece essere sottoposte a regimi alimentari relativamente “poveri” e macellate a 15-17 mesi, quando le caratteristiche dietetiche delle carni sono ottimali. Se ciò è valido per i genotipi francesi (ed entro certi limiti, ma con l’ottenimento di carcasse molto leggere, ricche d’osso e povere di carne, come per le rustiche Maremmana e Podolica), lo è presumibilmente ancora di più con le britanniche che hanno tutte le caratteristiche per produzioni biologiche eccellenti nel territorio collinare della Regione. La ricerca scientifica potrà dare risposte certe; ci vogliono però anche scelte coraggiose e in qualche modo controcorrente da parte degli allevatori.

5. L’ottimizzazione delle filiere

Un territorio in grado di produrre qualità non può rimanere perennemente ancorato a sistemi produttivi immutabili. L’innovazione è una necessità continua perché anche il “buono” può sempre essere migliorato. Ecco l’importanza della presenza di centri di ricerca e la stretta collaborazione tra questi e gli allevatori.

Accanto a possibili innovazioni riguardanti l’introduzione di germoplasma alloctono sopra accennate per la produzione della carne, non si deve dimenticare che le produzioni di qualità non possono prescindere da un elevato livello di benessere degli animali allevati e dalla consapevolezza che solo da un ambiente “ecologicamente sano” possono ottenersi prodotti della terra (diretti e indiretti) qualitativamente pregevoli.

Negli ultimi anni, parallelamente agli sviluppi di scienze quali l’ecologia e l’etologia, sono andate maturando nuove sensibilità in relazione al benessere degli animali allevati e al reperimento di sistemi d’allevamento più “naturali” e con minore impatto ambientale. Allo scopo sono stati varati, dal Governo nazionale, recependo direttive comunitarie, alcuni strumenti legislativi in favore del benessere animale, ma è opportuno favorire tali indirizzi, in sede locale, anche con l’adozione di misure ulteriori rispetto a quelle semplicemente di legge.

In secondo luogo si è fatta strada la consapevolezza della necessità di ridurre le sostanze inquinanti provenienti dagli allevamenti, di natura organica e inorganica, particolarmente concentrate nei sistemi di allevamento intensivo e di difficile smaltimento specialmente negli allevamenti senza terra.

Da qui la ricerca di soluzioni indirizzate verso forme d’allevamento ben integrate con l’ambiente, orientate su produzioni qualitativamente pregiate, anche a costo di contrazioni nella quantità, che vanno da forme di allevamento ecocompatibile o ecosostenibile e quelle “biologiche”, regolate da precisi disciplinari e normative nazionali e internazionali. La filosofia di “produrre il massimo col minor costo” è stata così sostituita da quella di “produrre il meglio col maggior rispetto per gli animali allevati e per l’ambiente”.

Per la carne è necessario rafforzare decisamente la linea vacca-vitello e andare, ove possibile, verso sistemi di tipo semibrado per l’allevamento dei riproduttori.

Una più attenta cura nei confronti delle carcasse presso i locali macelli, evitando l’immissione immediata in cella frigorifera e predisponendo un locale asettico per la permanenza delle carcasse stesse a temperatura ambiente per le prime due/tre ore dopo la loro preparazione, appare auspicabile per favorire l’ottimizzazione delle caratteristiche sensoriali delle carni.

Per il latte si dovrebbe puntare maggiormente su sistemi semistabulati, con l’utilizzazione, almeno in alcuni periodi dell’anno, di pascoli a rotazione durante le

ore diurne della giornata. Inoltre è necessario fare attenzione alle nuove situazioni climatiche. Il caldo è il peggior nemico della vacca da latte, che durante il picco di lattazione si trova a proprio agio intorno ai 10°C e comincia a soffrire a 20°, riducendo quantità e qualità della produzione. Le strategie di difesa dal caldo passano attraverso interventi sull'alimentazione (privilegiando i concentrati e riducendo, nei limiti del possibile, i foraggi), sugli ambienti di allevamento (sistemi di ventilazione e micronizzazione d'acqua) e nella cura degli animali (docce periodiche in occasione delle mungiture).

6. Conclusioni

Vale ancora la norma: "Produrre il massimo col minor costo?" Sicuramente no. Oggi appare molto più importante: "Produrre il meglio col maggior rispetto per gli animali allevati e per l'ambiente". E il meglio significa "tipicità e qualità".

La logica delle produzioni tipiche di qualità presuppone un'organizzazione delle filiere su base distrettuale. Solo nell'ambito di un distretto, più o meno ampio, si possono infatti rivendicare correttamente le caratteristiche di tipicità e, d'altra parte, solo un distretto organizzato può fornire garanzie sulla "massa critica" di prodotto da inserire nel mercato, sullo sfruttamento del *know how* e sulle spinte all'innovazione necessaria alla soddisfazione delle esigenze di qualità.

Il distretto inoltre, attraverso le sinergie che si possono attivare all'interno delle filiere, le possibilità di avvalersi di marchi d'origine, il coinvolgimento di enti, amministrazioni locali, istituti di credito, può rappresentare un "veicolo" importante per la promozione e il successo nel mercato.

Il binomio tipicità-qualità, per essere promosso, necessita quindi di un terzo componente: l'organizzazione territoriale distrettuale.

Andrea Martini

Dipartimento di Scienze Zootecniche, Università di Firenze, Italia
andrea.martini@unifi.it

Nota: Il prof. Andrea Martini, associato di Zootecnica Speciale dell'Università di Firenze, da diversi anni impegnato negli studi riguardanti le produzioni animali biologiche e la utilizzazione di Medicine Non Convenzionali per la cura degli animali, è partner italiano della rete europea SAFO (Sustaining Animal Health and Food Safety in Organic Farming).

Valorizzazione delle produzioni animali mediante certificazione biologica

Il marchio biologico può valorizzare le produzioni animali, soprattutto di aree, come il Mugello, particolarmente vocate alla zootecnia da carne e da latte.

I principi guida del biologico vengono stabiliti dall'IFOAM (Federazione Mondiale dei Movimenti di Agricoltura Biologica), sono riportati nelle "Le normative internazionali IFOAM (www.ifoam.org), vengono aggiornati ogni 2 anni, e sono un esempio di "globalizzazione buona".

A questi principi si ispirano le varie normative internazionali (es. USA, Svizzera), le europee e quelle dei diversi Paesi membri della UE.

In Italia ci sono ormai 17 Organismi che certificano il biologico. Ciascun Organismo di Controllo, riconosciuto dal MiPAF, ha il compito di fare applicare i regolamenti e le leggi esistenti. Tutti gli Organismi certificano secondo il Reg. Ce 1804/99 e D.D.M.M. applicativi, ma qualcuno dà ulteriori garanzie applicando regolamenti privati più restrittivi che permettono agli operatori di fregiarsi di particolari "marchi". Ad esempio: "Marchio AIAB", "Garanzia Biologico AMAB", "TO-BIO" (Toscana Biologica, marchio legato al territorio regionale), ecc.

Sono stati ipotizzati marchi che sommino la certificazione biologica e quella di "razza", come il Disciplinare di produzione Maremmana Biologica:

"Il Disciplinare di produzione biologica della Maremmana non può che ispirarsi al Reg. CE n. 1804/99 e DDMM applicativi, apportando alcune restrizioni ritenute necessarie per la tutela del consumatore, dell'ambiente e del benessere degli animali".

I dati sulla zootecnia biologica nazionale, che troviamo sul sito del MiPAF, riportano che il numero stimato di allevamenti biologici e in conversione era di oltre mille prima dell'emanazione del regolamento CE; di queste aziende circa il 55% erano bovine (17.000 capi), il 24% ovi-caprine (25.000 capi), il 7% avicole (680.000 capi), il 3% suine (qualche migliaio di capi), le rimanenti erano apicole. In pochi anni queste cifre sono aumentate in modo considerevole.

Categorie	Numero capi		
	In conversione	Biologico	Totale
Equini	737	2.596	3.333
Bovini	42.184	122.352	164.536
Ovini	116.642	492.045	608.687
Caprini	14.309	45.455	59.764
Suini	2.514	17.403	19.917
Pollame	107.461	831.935	939.396
Conigli	30	1.347	1.377
Api (in numero di arnie)	6.568	60.785	67.353

Mentre in tutto il Paese si assiste ad una stasi, od ad un regresso delle aziende biologiche certificate, lo sviluppo della zootecnia biologica in Toscana sembra essere in crescita, in controtendenza rispetto al resto del Paese (dati ARSIA).

Anno	2002	31/12/03
Province	N. operatori	
AR	44	56
FI	76	111
GR	64	120
LI	11	21
LU	26	37
MS	11	30
PI	25	46
PO	2	3
PT	10	10
SI	61	79
Fuori reg.	1	1
Totali	331	514

Numero di attività notificate al 31/12/2003 (Dati ARSIA).

PROVINCIA	Bovini		Caprini	Equini	Cunicoli	Ovini		Suini	Avicoli	Api	Totali
	Latte	Carne				Latte	Carne				
AR	4	22	7	10		5	16	9	5	15	93
FI	14	41	11	8	1	12	21	25	8	28	169
GR	15	44	4	28	1	32	56	19	5	17	221
LI	4	10	4	5		4	4	5	3	6	45
LU	4	8	1			4	4	2	1	26	50
MS	3	11	4	3	1	3	6	1	6	11	49
PI	3	16	2	2		14	12	7	3	9	68
PO										2	2
PT	1	2		1				1	1	7	13
SI	3	19	11	14	2	20	19	28	10	19	145
Fuori Reg.	1									1	
Totali	51	174	44	71	5	94	138	97	42	140	856

Problemi delle produzioni biologiche.

Gli studi condotti finora indicano che nella produzione biologica si ha per il latte un calo della produttività del 15-30% in funzione della razza allevata, della composizione della razione, del sistema di allevamento e dell'età degli animali. Questo dato, rilevato soprattutto negli allevamenti del nord Italia, però non è la regola, visto che in Mugello la Cooperativa Emilio Sereni, è biologica e realizza allo stesso tempo una ottima produzione di latte, per giunta di Alta Qualità.

Per i bovini da carne allo stato attuale non è possibile un confronto. Alcune esperienze riguardano allevamenti del tipo linea vacca-vitello di razze italiane quali Chianina, Romagnola, Marchigiana e Maremmana nell'Appennino dell'Italia Centrale e Podolica nelle regioni meridionali. Si stanno però facendo diversi lavori sull'utilizzazione di altre razze (Limousine, Charolais), alcuni proprio nel Mugello, ma è presto per poter dare indicazioni di carattere generale.

Non sono poi da escludere sistemi di allevamento biologico destinati solo all'ingrasso di vitelli biologici di razze da latte, che adesso spesso vengono venduti ad ingrassatori convenzionali, e il cui sistema ottimale di allevamento va ancora messo a punto.

Per i prodotti che entrano nel circuito della grande distribuzione organizzata e nel

mercato specializzato ci sono alcuni prezzi medi ufficiali a cui è possibile fare riferimento:

- Per quanto riguarda il mercato del latte, il premio pagato alla stalla per il prodotto biologico rispetto al latte alimentare convenzionale è compreso tra i 0,05 € e 0,13 € al litro.
- Per la carne bovina si registra un prezzo medio superiore di circa il 35-40% (che può raggiungere per alcuni tagli anche il 100% al dettaglio) rispetto al prezzo indicato per le diverse tipologie di bovini nei mercati nazionali di riferimento.

I contributi alle produzioni zootecniche biologiche erano previsti e regolamentati dai Piani di Sviluppo Rurale 2000-2006, emanati da ciascuna Regione ed applicati per singola Provincia, ma purtroppo non sempre l'applicazione delle norme vede premiato questo tipo di produzione.

Non tutte le razze sono adatte

Per le produzioni biologiche si dovrebbero utilizzare “razze rustiche”, locali, teoricamente meglio adattate alle condizioni ambientali.

- E' possibile farlo solo in certi casi:
 - Dove esistono ancora razze locali, di una certa consistenza, che sono resistenti alla “rivoluzione verde” degli anni '60 – '70 (es. alcune razze ovine)
 - Per razze in via di estinzione, o almeno in forte contrazione numerica, da valorizzare (es. Maremmana)
- Non è invece facile utilizzare per le produzioni biologiche:
 - Razze non più rustiche (es. Cinta Senese che da pochi capi in pochi anni è stata riprodotta, in consanguineità, in grande quantità)
 - Razze che hanno già una valutazione alta sul mercato e a cui il marchio biologico non potrebbe ulteriore beneficio di mercato (es. Chianina, e Cinta Senese)

Non tutti gli allevatori si adattano subito

La conversione non deve essere solo aziendale, ma anche della mentalità dell'allevatore (e di tutti gli operatori della filiera).

- Bisogna abituarsi all'uso dei pascoli per i Ruminanti, utilizzando strategie adatte ai nostri climi
- Bisogna predisporre al riadattamento delle strutture dell'azienda
- Bisogna adattarsi al cambio del sistema di allevamento
- Bisogna convincersi della necessità del cambio dell'alimentazione (alimenti tutti biologici dal 2005, meno concentrati)
- Bisogna abituarsi ad un uso diverso delle terapie veterinarie (riduzione trattamenti da effettuare solo con prodotti consentiti, uso di Medicine Non Convenzionali)

Il primo problema comunque è sempre il mercato

Qualunque produzione biologica s'intraprenda bisogna pensare al migliore sbocco di mercato del prodotto.

- Canali di vendita alternativi (es. mercatini biologici, fiere)
- Cooperative di produttori che trasformano e vendono i prodotti (es. CAF)
- Vendita (e magari trasformazione) diretta in azienda
- Possibilità di vendere confezioni a domicilio (magari a Gruppi di Acquisto), anche tramite Internet
- Utilizzazione e vendita dei prodotti tramite attività agrituristica

Azioni a favore della zootecnia biologica nel Mugello

Nel Mugello sono state intraprese diverse attività per lo sviluppo del biologico.

- Ricerche finanziate dalla Comunità Montana
 - Uso MNC per la cura di bovini da latte e da carne
- Ricerche anche senza finanziamenti, realizzate grazie alla disponibilità ed all'interesse delle stesse aziende:
 - Ingrasso vitelli di razze da latte (Coop il Monte)
 - Costi dei miglioramenti strutturali per il benessere animale (Cooperativa Emilio Sereni)
 - Utilizzazione del pascolo per l'ingrasso dei vitelloni da carne in piena conformità col Reg. CE 1804/99 (Fattoria Valdastra)
- Vi è infine il progetto per la realizzazione di un: CENTRO PER LO SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA E LA ZOOTECCIA BIOLOGICA NELLE AREE MONTANE (BIOMONTE).
 - Obiettivo
 - Creazione di un Centro per lo Sviluppo dell'Agricoltura e la Zootecnia Biologica nelle aree montane.
 - Tale centro dovrà essere in grado stabilire una rete di competenze con i centri già esistenti (in Toscana, in Italia e all'estero) che si occupino di agricoltura biologica e di valorizzazione del territorio
 - Possibili Partner:
 - **Proponente:** GAL Start
 - **Enti locali:** Comunità Montana Montagna Fiorentina, Comunità Montana Mugello, Comunità Montana Valle del Bisenzio, Parco Mediceo
 - **Istituzioni scientifiche e di formazione:** Facoltà di Agraria - Università Degli Studi di Firenze, Liceo Giotto Ulivi
 - **Istituti di Credito:** Banca Cooperativa Etica, Banca Credito Cooperativo Mugello, Banca Credito Cooperativo Pontassieve, Banca Popolare di Lodi, Banca Toscana
 - **Camere di Commercio:** CCIAA Firenze, CCIAA Prato
 - **Cooperative e imprese di produzione, trasformazione e di commercializzazione:** Unicoop Firenze, Cooperativa Agricola Firenzuola, Mukki Latte, Cooperativa Agricola Emilio Sereni, Cooperativa Agricola Il Monte, Cooperativa Il Forteto
 - **Associazioni culturali e di produttori:** Coordinamento Toscano Produttori Biologici, Associazione Italiana Agricoltura Biologica Toscana, Associazione per l'Agricoltura Biodinamica Sezione Toscana, Associazione Provinciale Allevatori (Fi-PO), Proscenio
 - **Associazioni di categoria:** CIA Toscana, Coldiretti (FI-PO), Unione Provinciale Agricoltori Firenze, Unione Provinciale Agricoltori Prato
 - **Associazioni ecologiste e di consumatori:** Amici della Terra Toscana, Associazione Consumatori Utenti, Legambiente Toscana

Malla Hovi

Senior Research Fellow, Veterinary Epidemiology and Economics Research Unit,
School of Agriculture, Policy and Development, University of Reading, United
Kingdom

m.hovi@reading.ac.uk

Nota: La dott.ssa Malla Hovi, medico veterinario, è stata la Fondatrice e Coordinatrice del primo network europeo sulla zootecnia biologica **NAHWOA** (Network for Animal Health and Welfare in Organic Agriculture, 17 partner in 13 Paesi UE), ed è attualmente uno dei membri del comitato organizzatore della nuova rete europea **SAFO** (Sustaining Animal Health and Food Safety in Organic Farming, con partner in 20 Paesi UE). L'Università di Reading è, dopo Wageningen (NL), forse il maggior centro di ricerca europeo per le Scienze Agrarie.

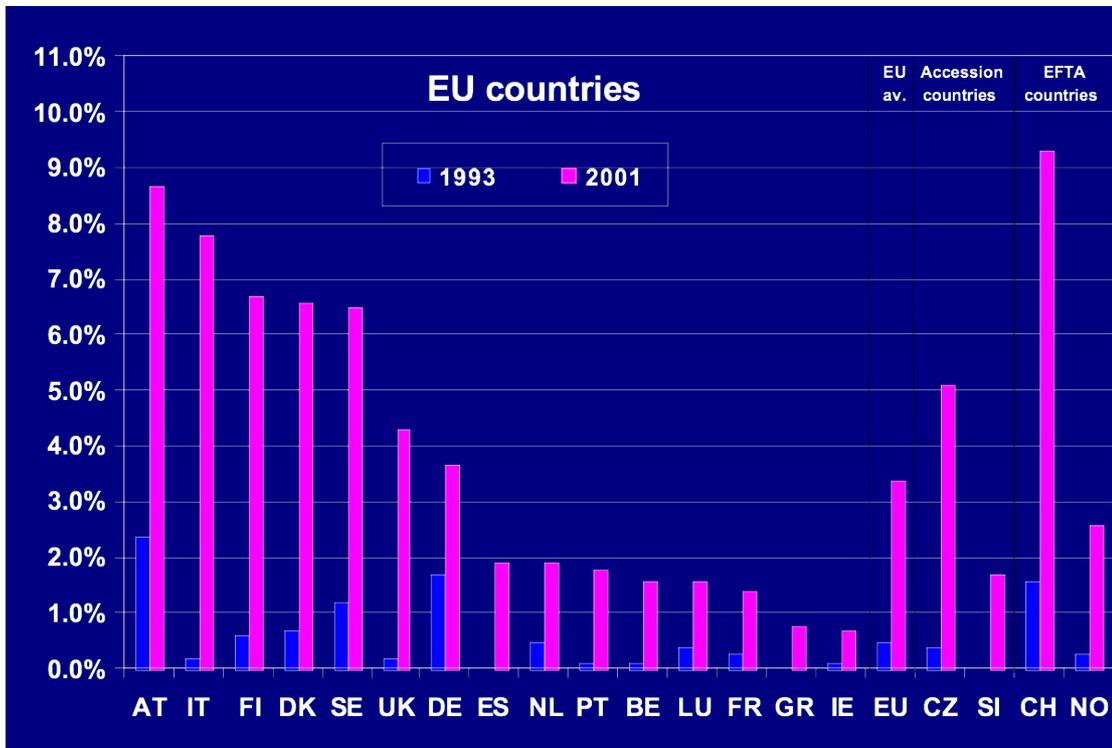
Produzioni zootecniche biologiche nell'Unione Europea e nel Regno Unito

Le produzioni animali biologiche rappresentano il “cugino povero” dell'agricoltura biologica.

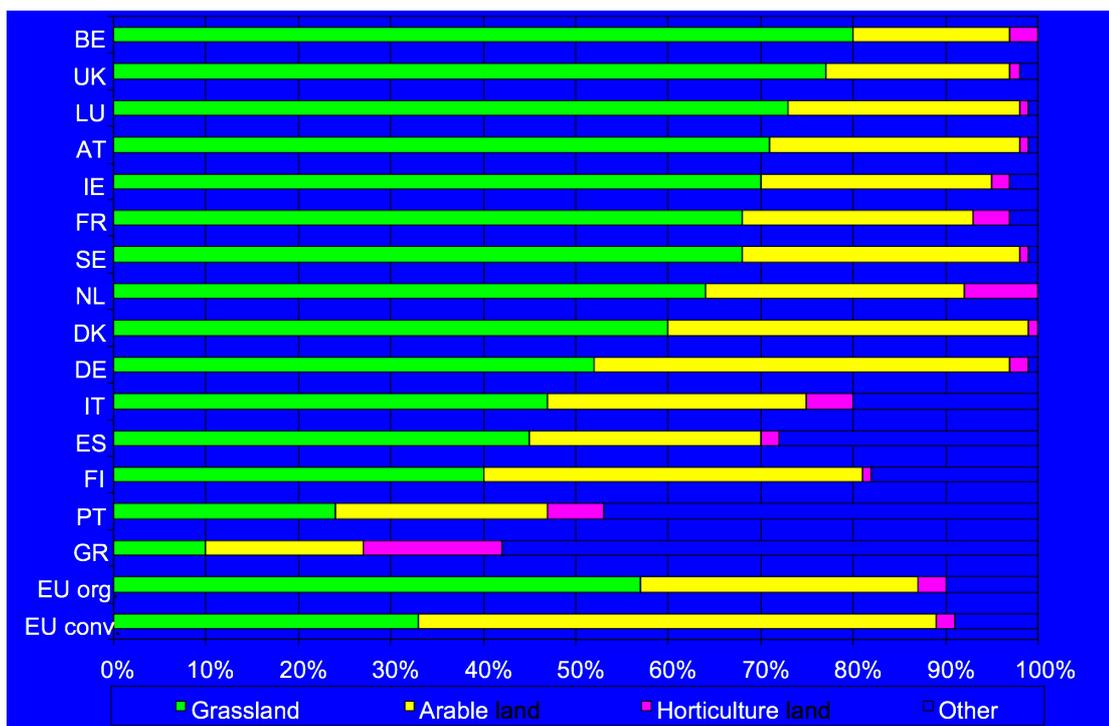
- L'interesse del consumatore per il prodotto biologico è iniziato con gli alimenti vegetali, ed è causato dalla paura che questi possano contenere pesticidi od OGM). Il 70% di tutte le vendite di biologico nel Regno Unito sono rappresentate da frutta e vegetali.
- La principale motivazione per comperare il prodotto biologico è rappresentata dalla preoccupazione per la salute. La sensibilità dei consumatori verso il benessere animale varia tra i diversi Paesi, e comunque rappresenta la principale ragione per acquistare biologico solo per una minoranza di consumatori.
- Il mercato e la trasformazione dei prodotti animali sono più complessi di quelli dei vegetali (a causa della deperibilità, della necessità di mantenere la catena del freddo e degli alti rischi di malattie).

Riguardo alla crescita del biologico nell'Unione Europea si stima che nel 2003 circa il 4% della SAU venisse coltivata a biologico (si è avuto il 100% di aumento ogni 3 anni dal 1993).

Crescita in superficie biologica (% sul totale della superficie coltivabile) in Europa 1993-2001 (Hamm and Gronefeld, 2003).



Uso del suolo nelle aziende biologiche: Pascoli, produzioni erbacee, orticoltura, altro (Hamm and Gronefeld, 2003).



Produzione zootecniche biologiche nel 2001, in proporzione alla produzione totale in % (Hamm and Gronefeld, 2003).

Paese SAU	Latte	Bovini carne	Agnello	Suino	Polli	Uova
AT (8.7)	12.7	9.6	25.0	0.5	0.5	3.3
BE (1.6)	1.2	1.0	2.2	0.1	0.3	0.5
DE (3.7)	1.5	3.2	6.5	0.4	0.7	1.6
DK (6.6)	10.4	4.4	6.7	0.3	1.5	10.0
ES (1.7)	0.1	2.2	2.1	0.0	0.0	0.0
FI (6.7)	1.0	0.8	15.7	0.5	0.1	2.7
FR (1.4)	1.0	2.2	1.4	0.2	0.4	2.1
GR (0.8)	nd	0.2	0.0	0.0	0.0	nd
IE (0.7)	0.1	0.9	0.4	0.0	nd	0.4
IT (7.8)	2.6	1.6	0.0	0.2	0.1	0.7
LU (1.6)	0.5	0.4	5.9	0.6	9.2	2.3
NL (1.9)	1.0	0.3	1.4	0.1	0.1	0.4
PT (1.8)	nd	nd	nd	nd	nd	nd
SE (6.5)	4.0	2.8	4.8	0.6	0.2	3.0
UK (4.3)	1.5	0.7	0.8	0.4	0.2	1.6
EU (3.4)	2.0	2.2	1.6	0.3	0.3	1.3

Produzione zootecniche biologiche nel 2001, in proporzione al consumo totale in % (Hamm and Gronefeld, 2003).

Paese	Latte	Bovini carne	Agnello	Suino	Polli	Uova
AT	5.4	6.6	6.0	0.5	0.3	1.9
BE	1.5	1.4	0.3	0.3	0.4	1.0
DE	1.2	3.4	1.5	0.3	0.5	1.6
DK	10.1	1.8	0.9	0.7	2.4	8.8
ES	0.0	0.5	0.4	nd	0.0	0.0
FI	1.0	0.5	5.8	0.4	0.0	2.6
FR	0.7	2.2	0.8	0.2	0.4	1.6
GR	nd	0.0	nd	0.0	0.0	nd
IE	0.1	1.6	1.3	0.0	nd	0.4
IT	1.7	1.0	0.0	0.1	0.1	0.7
LU	1.6	0.6	0.5	0.5	1.0	5.2
NL	1.6	0.7	1.1	0.3	0.3	0.6
PT	nd	nd	nd	nd	nd	nd
SE	2.8	2.1	1.9	0.5	0.2	3.0
UK	1.0	0.8	0.2	0.2	0.1	1.9
EU	1.3	1.7	0.7	0.3	0.3	1.3

Produzione zootecniche biologiche nel 2001, proporzione della produzione venduta come biologica in% (Hamm and Gronefeld, 2003).

Paese	Latte	Bovini carne	Agnello	Suino	Polli	Uova
AT	56	60	55	97	92	88
BE	100	75	85	100	95	100
DE	82	70	60	97	100	95
DK	31	33	60	75	100	100
ES	60	20	20	90	90	80
FI	100	65	90	75	34	90
FR	87	100	100	100	100	100
GR	nd	100	92	100	100	nd
IE	100	50	90	100	nd	100
IT	100	60	nd	97	95	100
LU	65	100	50	100	100	100
NL	100	100	90	100	100	100
PT	nd	nd	nd	nd	nd	nd
SE	75	90	100	100	100	100
UK	65	95	80	85	100	90
EU	69	69	54	94	99	97

Riguardo alle possibili indicazioni e problemi per la produzione di bestiame biologico, lo sbocco della domanda varia significativamente nei diversi Paesi; in alcuni è importante il consumatore (UK, IR), in altri i finanziamenti (FI, S, DK, A).

In Regno Unito il mercato del latte fu privatizzato e frammentato negli anni '90. Dopo una iniziale crescita del prezzo, c'è stata una caduta significativa ai livelli di mercato mondiali, in più le quote latte sono care. Dal 1995 al 2001 il 30% dei produttori di latte ha abbandonato. Molte conversioni al biologico sono cominciate quando sono stati introdotti i contributi per la conversione nel 1998. Diversi sono i livelli dei contributi per il biologico (solo per la conversione, o conversione più continuazione), e nei diversi Paesi variano il mercato e il sistema di certificazione.

Il Regno Unito ha il terzo maggior mercato biologico dell'Europa (~€1.4 miliardi). Il 60% di tutta la produzione biologica viene importata (principalmente frutta e vegetali), ad esempio dall'Italia. Vi è una virtuale autosufficienza nei prodotti da zootecnia biologica, infatti quasi il 100% dei prodotti animali biologici vengono venduti come biologici. Per il Censimento dell'Agricoltura del 2002 la produzione biologica è composta da un 35% di coltivazioni erbacee ed orticole, 19% di carne, 14% di uova e 35% di latte. La carne biologica è prodotta per il 24% dai maiali, il 20% da bovini, il 19% da pecore e il 37% da polli.

Per quanto riguarda il latte biologico la produzione è di 200 milioni di litri, pari circa al 2% del totale (2003). La crescita annuale dal 2001 al 2002 è stata del 180%. Le importazioni di latte biologico sono minime. L'80% di latte è acquistato da grandi cooperative. L'80% viene commercializzato come latte fresco, il 95% attraverso i supermarket. Attualmente meno del 50% del latte biologico è venduto come biologico (generalmente il sovrapprezzo per il biologico è molto basso). Alcune imprese zootecniche sono state vendute a grandi gruppi durante il successo iniziale tra la fine degli anni '90 ed l'inizio del 2000. Solo due marchi per il latte biologico hanno avuto successo (gli allevatori sono riluttanti a trasformare: a causa delle misure igieniche che vanno prese e del costo del lavoro). I supermarket pagano un 30% di premio per il latte, ma dicono che il mercato è limitato (la crescita dei consumi è circa del 4% all'anno). Si crede che l'attuale sovrapproduzione sarà assorbita nel 2008, a meno che la produzione di formaggio non decolli.

Per quanto riguarda la produzione di carne bovina nel Regno Unito, 9.000 capi macellati rappresentano l'1.2% della produzione. La crescita dal 2001 al 2002 è stata di ~50%. Anche qua le importazioni sono minime. La commercializzazione avviene per il 60% attraverso i supermarket o come alimento trasformato (l'80% di tutti gli alimenti trasformati per bambini sono venduti come biologici). Il 40% dei prodotti vengono commercializzati localmente, attraverso catering, vendita in pacchi, vendite dirette in azienda. Si è avuto un discreto successo per i marchi di razza (Aberdeen Angus, Welsh Black, Galloway etc.). Come da noi vi sono problemi per la vendita del quarto anteriore.

Per quanto riguarda gli ovini da carne sono 109.000 gli agnelli e castrati macellati, pari al 1.9% del mercato. Vengono fatte importazioni durante la pausa stagionale della produzione (Falkland Islands, New Zealand). La commercializzazione avviene per l'85% attraverso supermarket, il resto in pacchi e commercializzazione locale per catering e vendita diretta.

Per il pollame sono 2.1 milioni i capi prodotti, pari a circa lo 0.6% del mercato. Si è registrata una crescita del 100% dal 2001 al 2002. Le importazioni sono circa del 10%, soprattutto dalla Francia, ma in diminuzione. Per quanto riguarda il mercato circa il 98% avviene attraverso supermarket (la maggior parte dei produttori lavorano in grande scala). Il consumatore paga un sovrapprezzo alto per il pollo biologico.

Per quanto riguarda i suini sono 52.000 i capi macellati, pari all'0.8% del totale. La crescita del mercato è da stimarsi intorno all'80% dal 2001 al 2002. Vengono fatte importazioni a prezzi bassi dalla Danimarca e dalla Germania. Riguardo al mercato l'80% viene acquistato da trasformatori locali che lo vendono in pacchi (50%) ed ai supermarket (50%). L'immagine di questo prodotto è forte e ben pubblicizzata.

La produzione di uova rappresenta il 2% del mercato totale. C'è stata una crescita dal 1999 pari al 100%, i prezzi sono caduti nel 2002, e la crescita si è fermata. Il 98% della produzione viene da vendita grandi produttori ai supermarket. Il sistema attuale offre, agli occhi del consumatore, un piccolo valore aggiunto rispetto alle uova da allevamento a terra.

Vengono intraprese diverse iniziative pubbliche per promuovere il biologico nel Regno Unito. Per il "Piano di Azione Biologico" è il mercato che deve decidere, non ci si pongono obiettivi di crescita. In Galles e Scozia sono state fatte campagne regionali di marketing, basate sull'immagine delle regioni, e vengono dati aiuti per le lavorazioni locali e informazione sulle promozioni. Nel Sud e nell'Ovest il prodotto biologico è solo parte dell'iniziativa. Vengono fatte promozioni e campagne di informazione per l'approvvigionamento pubblico e per l'utilizzo di prodotti biologici nel settore turistico (catering).

Riguardo alle iniziative degli allevatori ne ricordiamo alcune. "Eastbrook pork" rappresenta l'80% delle vendite nazionali di suino biologico, venduto in pacchi, attraverso i supermarket e il catering, con un'immagine forte, basata sul profilo pubblico dell'allevatore. "Rachel's Dairy" rappresenta il 30% di tutto il latte biologico in Galles, è una marca forte, venduta principalmente attraverso i supermarket. "Vendita in pacchi", con ~160 vendite a domicilio operanti, inizialmente venivano fatte per generi non deperibili, frutta e vegetali. Ora sono in aumento la carne e le uova, i gruppi di acquisto associati comprano da 20-200 confezioni/settimana. "Vendita diretta in azienda" con ~200 vendite dirette biologiche in funzione. La dimensione varia dalla vendita stagionale di frutta e vegetali, all'attività durante tutto l'anno con vendita sia per altri produttori sia di prodotti importati. I "Mercati dei produttori" sono rappresentati da ~260 mercati in attività (non esclusivamente biologici ma si stima che più del 30% del prodotto venduto sia biologico). Molti mercati sono stagionali, operanti durante la stagione in cui sono prodotti frutta e vegetali: non offrono uno sbocco permanente per i prodotti del bestiame. La natura deperibile del prodotto rende il mercato una sfida per i produttori.

Vi sono poi le iniziative delle associazioni. La Soil Association (la prima e più grande associazione per il biologico del Regno Unito) organizza: campagne vendita per corrispondenza, campagne riguardanti alimenti regionali, appalti per forniture pubbliche (scuole, ospedali, ecc), gruppi di vendita al minuto.

Punti di forza di tali iniziative:

- offrire migliore guadagno sul prezzo della vendita ai negozianti/rivenditori.

Punti debolezza:

- si conta troppo sull'allevatore per fare il "lavoro da mulo" (gli allevatori sono sovraccaricati di lavoro, difficoltà di trovare impiego in campagna);
- molti non possono o non vogliono partecipare a queste iniziative;
- scarsa tradizione di cooperazione nel Regno Unito.

Gidi Smolders

Animal Sciences Group of Wageningen University and Research, Lelystad, Netherlands

gidi.smolders@wur.nl

Nota: Il dott. Gidi Smolders, è partner olandese della rete europea SAFO (Sustaining Animal Health and Food Safety in Organic Farming). L'Università di Wageningen è da considerarsi la più importante in Europa nel campo delle Scienze Agrarie.

Valorizzazione delle produzioni biologiche in Olanda

In Olanda il numero della aziende agricole ed orticole decresce di un 4% all'anno, e dato che l'area totale delle aziende rimane più o meno la stessa, se ne deduce che l'area media per azienda sta aumentando (da 20 ha nel 2000, a 22,5 ha nel 2003). Le aziende bio sono circa del 22% più grandi delle aziende convenzionali, specialmente quelle da latte (più grandi del 30%). In confronto con gli altri Paesi UE, l'Olanda sta nel mezzo: la percentuale dell'area a bio è all'incirca la stessa del Portogallo, Spagna, Slovacchia ma solo un quarto di quella italiana.

1,8% delle aziende ed il 2,2% dell'area coltivata biologica

Il numero delle aziende bio è diminuita nel 2003 a causa della cessazione del sistema dei sussidi. Nel 2004 questo sistema di sussidi per stimolare la conversione al bio sarà aperto di nuovo per tre mesi. C'è una lista di attesa di aziende bio da latte in conversione (eccetto che per i concentrati): se la domanda di latte aumenta, le aziende in conversione potranno convertirsi in tre mesi al biologico.

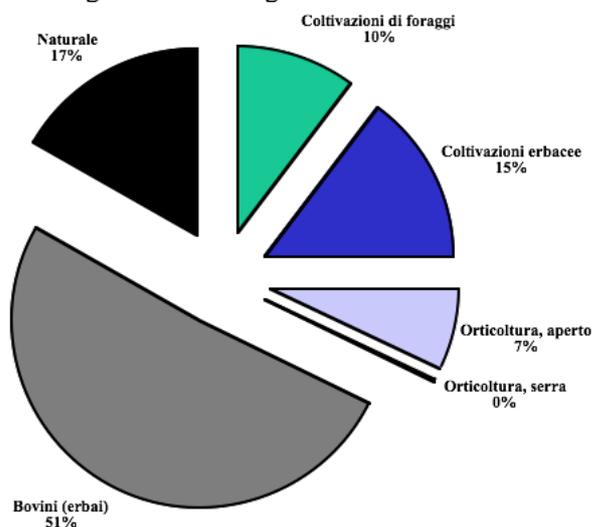
Sviluppo della agricoltura convenzionale e biologica dal 2000

Anno	2000	2001	2002	2003
Numero totale di aziende	97.000	93.000	89.580	85.500
% di aziende bio	1.4	1.6	1.7	1.8
SAU totale (ha)	1.940.000	1.953.000	1.949.000	1.924.000
% SAU biologica	1.7	1.9	2.2	2.2

Le vacche prendono metà dell'area

In figura è riportata la divisione della SAU per i differenti settori.

Aree per settore in agricoltura biologica



Questa dimostra che l'allevamento bovino (produzione di latte e di carne) prende circa la metà dell'area totale delle aziende bio in Olanda.

I supermarket giocano un ruolo importante nella vendita dei prodotti biologici: circa il 46% di tutti gli alimenti biologici viene venduto nei supermercati. Poi ci sono i negozi specializzati per la salute. Il 13% di tutti i prodotti bio vengono venduti nei mercati, e nelle stesse aziende. Ci sono iniziative per utilizzare i prodotti bio da parte delle organizzazioni di catering e dei ristoranti. I negozi McDonalds ed Ikea hanno optato per latte e burro biologici.

Proporzioni del mercato per differenti gruppi di alimenti nel 2003

Gruppi	Vegetali	Latte	Carne	Pane	Altro ¹
Percentuale del totale	3.7	2.6	2.0	1.8	0.9
Percentuale del biologico	28	18	12.5	6.5	35

1) Alimenti congelati, carni lavorate, uova, burro

SKAL è l'Organismo di Controllo per i marchi EKO e DEMETER in Olanda. Questa organizzazione certifica aziende ed altre imprese per conto del Governo olandese e fa le visite nelle aziende.

Adotta un pollo è uno degli slogan popolari in Olanda. Per circa € 30 all'anno si può adottare un pollo ed avere una confezione di uova al mese. Circa 20.000 persone l'hanno già fatto. Il mercato delle uova ha conquistato circa il 20% tanto che molti clienti vanno in negozi specializzati per raccogliere le uova. Il piano è di estendere l'azione ad altri animali (vacche, vitelli) ed anche agli alberi di mele.

Maiale biologico. In un accordo fra produttori di maiali bio e supermarket, con l'aiuto del Ministero dell'Agricoltura, si cerca di contenere il prezzo del maiale. Il consumo della carne di maiale raggiunge circa il 50%, ma non abbastanza da mantenere l'aumentata produzione di questo prodotto: alcuni allevatori di maiali hanno dovuto riconvertire al convenzionale, alcuni hanno cessato l'attività. L'azione intrapresa è stata quella di introdurre un "Marchio di categoria A" per la carne di maiale. Importante è l'aiuto che si può ricevere da altre organizzazioni: nel caso del maiale, le organizzazioni di protezione della natura e dell'ambiente, e quelle per i diritti degli animali hanno chiesto ai loro iscritti di supportare le produzioni biologiche di maiale mediante l'acquisto di carne biologica.

Bovini biologici (160 produttori di carne e 300 da latte). Circa il 50% degli animali da latte abbattuti è venduto come convenzionale. In Olanda circa l'80% delle vacche da latte sono Pezzate Nere ed una piccola parte sono incrociate con razze a duplice attitudine. Una percentuale relativamente grande di carne è venduta nelle aziende, come prodotti regionali. 20 macellerie distribuite in tutto il Paese fanno parte del "Groene Weg" una organizzazione che macella bovini, ovini, maiali e polli biologici. Queste inoltre promuovono la carne bio, prodotti a base di carne bio e pubblicano ricette.

Una grande quantità di carne viene importata dalla Germania ed Austria.

Agnello biologico: ci sono 90 aziende con pecore biologiche, la maggior parte di esse hanno insieme pecore e vacche da latte. Ci sono solo due aziende di pecore da latte biologiche.

Latte biologico: Ci sono 305 aziende biologiche da latte per una produzione totale di latte di 110 milioni di litri. 20 milioni di litri vengono venduti al prezzo del convenzionale. L'export non è una opzione fino a che altre nazioni hanno un grande surplus di latte bio. Il formaggio bio è prevalentemente esportato in Germania, USA, Scandinavia e Belgio.

In Olanda ci sono 72 aziende di capre bio. Non riescono a soddisfare il mercato olandese per quanto riguarda il formaggio di capra. Purtroppo gli allevatori da latte non sono facili da persuadere a convertirsi all'allevamento delle capre.

Ci sono diversi tipi di azioni per promuovere i prodotti biologici del latte realizzate da associazioni del biologico e da altre organizzazioni (Biologica, Dierenbescherming (Protezione Animale), Natuurmonumenten (Conservazione della Natura), banche private, ecc).

Queste prevedono:

- Creazione di nuovi prodotti da latte bio: differenti tipi di latte, yogurt
- Azioni speciali:
 - “Bomen voor koeien”: in cooperazione con organizzazioni per la conservazione della natura e degli uccelli. Per 10 € un albero verrà piantato lungo aree di pascolo. Già 45.000 persone hanno già acquistato un certificato.
 - “Gruttozegels”: insieme ad organizzazioni di protezione degli uccelli, aiuta a proteggere il biotopo dell'uccello Limosa limosa e fa aumentare la consapevolezza del pubblico per le aziende biologiche.
 - “Adotta un vitello”: azione di supporto riguardante le ricerca sull'effetto dell'allattamento naturale del vitello per tre mesi.

Vegetali e frutta

I sottoscrittori della confezione di vegetali e frutti di “ODIN” o “UDEA” ricevono ogni settimana un pacco con una varietà di prodotti stagionali, portati a casa o ritirati personalmente in azienda od in negozi vicini. Ci sono anche pacchi settimanali di diverso tipo. Grande varietà di prodotti e quantità (pacchi per 1 persona – per una famiglia).

Metti extra valore nei prodotti della fattoria

Trasforma il tuo latte e carne

La percentuale di aziende che trasforma il proprio latte per i consumatori è più alto che nelle aziende convenzionali. Latte fresco, yogurt, budino, burro e formaggio, ma alcune aziende producono anche gelato biologico. Le aziende da latte talvolta vendono anche la carne delle vacche macellate e qualcuna ingrassa e vende qualche toro o vitello in eccesso in azienda. Queste aziende hanno in genere un gruppo stabile di clienti. Talvolta vendono anche suino e pollo biologico come attività coordinata con altre aziende collegate.

Prodotti regionali: Alcuni prodotti vengono talvolta venduti come prodotti regionali con un marchio nelle stesse aziende, ma anche in negozi o ristoranti vicini o in mercati biologici regionali. I marchi regionali talvolta aggiungono i loro regolamenti a quelli biologici della SKAL, e tentano di giustificare il prezzo dei prodotti anche con la buona immagine delle regioni: ad esempio Weerribbenzuivel, Waddenzuivel, Grote Peelzuivel ma anche Zorgzuivel.

Trova altri prodotti/usa altre parti dell'azienda

In Olanda molti produttori biologici non vogliono prendere parte alla corsa di diventare sempre più grandi per assicurarsi un reddito. Invece di investire in quote latte, strutture e terra, essi allargano le finalità dell'azienda. Accanto al reddito della carne e del latte, loro cercano di trovare un'altra entrata, diretta od indiretta connessa all'azienda. Da una parte una azienda offre molto di più che solo latte e carne e si può sfruttare questo fatto. Offre molto lavoro, spesso lavoro semplice, offre bei paesaggi, offre animali di cui ci si può prendere cura, offre una grande varietà di piante ed uccelli ecc. Dall'altra parte un gruppo sempre più grande di persone vuole avere un contatto sempre più stretto con quelli che producono gli alimenti che consumano, ha

la volontà di pagare perché ci sia una maggiore varietà di piante ed uccelli, trarrà beneficio di prendersi cura degli animali e dall'essere responsabile del loro benessere. Così gli agricoltori tentano di avere un'altra entrata dalle loro aziende.

Alcuni produttori di latte, ad esempio, traggono gran parte del loro reddito da altre attività, pur producendo latte:

- Possono offrire ospitalità per stare in fattoria, andando dal “bed and breakfast” ad attività di ristorazione per quelli che a piedi od in bicicletta passano dalla loro azienda
- Possono offrire possibilità di lavoro in azienda a persone con handicap psichici. Molti tipi di contratto sono possibili e graditi con case di cura ed organizzazioni per disabili psichici. Al posto di un lavoro automatizzato, vengono offerti compiti semplici.
- Sono possibili contratti per posporre la data della raccolta o della fienagione per dare maggiori possibilità di sopravvivenza ad uccelli o a particolari piante
- Possono offrire ospitalità a scolaresche o ad altri gruppi per visitare la fattoria e conoscere ed interessarsi delle sue attività
- Possono accogliere escursioni in azienda e far sì che i visitatori si rendano conto di che si tratta.
- Possono realizzare talvolta attività in combinazione con altre aziende, musei e organizzazioni di trekking e/o cicloturismo.

Costruire l'immagine: promuovere il settore dell'agricoltura biologica

Ogni anno una settimana in giugno tutte le aziende bio in Olanda sono aperte ai visitatori e vengono organizzate speciali attività per i ragazzi al fine di aumentare l'interesse per l'agricoltura biologica. Questa attività è organizzata da Platform Biologica, una organizzazione per tutti gli agricoltori biologici in Olanda.

Scambio di terra

I produttori scambiano o affittano la terra per far crescere bulbi o prodotti orticoli. I produttori di latte cooperano con i colleghi agricoltori scambiando letame con erba, trifoglio o granella.

Produzione di energia

Nel 2020 il 10% dell'energia in Olanda dovrebbe provenire da fonti sostenibili. Si possono usare piccole turbine a vento per autoconsumo, o grandi turbine a vento e vendere l'energia (o con impianti sulla propria terra o partecipando a “parchi del vento”. Il prezzo di costo varia da 0.05 – 0.08 euro per kWh, il prezzo di vendita da 0.09 – 0.11 euro per kWh.

Juan Ignacio Fernandez

Coordinador del Patronato Rodríguez Penalva, Granada, España
prpenalva@dipgra.es

Nota: Il dott. Juan Ignacio Fernandez, coordinatore del Patronato Rodríguez Penalva, è partner della rete europea PASTOMED che si occupa della valorizzazione della pastorizia nell'area mediterranea. La provincia di Granada, in Andalusia, è da considerarsi la più importante in Spagna per le produzioni zootecniche di qualità, comprese le biologiche. Qua è nato recentemente il "Centro di Ricerca e Formazione di Agricoltura Biologica e Sviluppo Rurale".

Lo sviluppo dell'allevamento ovino in condizioni difficili. Allevamento biologico o Marchio di qualità

D. Manuel Rodríguez Penalva per disposizione della Diputación Provincial de Granada, ha realizzato una serie di iniziative orientate al conseguimento dei fini preposti nel suo statuto di costituzione, all'interno dei quali si incontrano lo studio e la sperimentazione, sia delle coltivazioni che del bestiame selezionato, necessari per lo sviluppo agricolo e il miglioramento dell'allevamento nella provincia di Granada. È l'Area di Sviluppo della "Diputación de Granada" che si assume la responsabilità della gestione e del funzionamento del Patronato Rodríguez Penalva, essendo stata attuata, negli ultimi anni, una variazione orientata all'apertura verso gli agricoltori e gli allevatori della provincia di Granada, inclusi gli aspetti produttivi e sperimentali della coltivazione orticola estensiva, così come è avviata l'attività del Centro di Produzione e Distribuzione di Materiale Genetico dell'Ovino Segureño, che sta divenendo una delle pedine fondamentali del miglioramento di produttività, e di conseguenza della rendita, degli impianti di allevamento del nord della provincia. In questo senso, il Patronato Rodríguez Penalva, sta agendo da centro promotore per l'agricoltura e l'allevamento nell'altipiano di Granada, nei diversi versanti dello sviluppo agricolo.

L'ovino di razza Segureña

La razza Segureña, così come recita il "Catalogo delle Razze Autoctone Spagnole" edito nel 1981 dal "Ministero dell'Agricoltura, Pesca e Alimentazione", deve il suo nome a la Sierra e alla sorgente del Río Segura, il suo areale originario. Questa razza conserva grandi analogie con la razza Manchega. Le differenze sono dovute, fondamentalmente, dal sistema di allevamento e dall'adattamento agli ambienti difficili nei quali si sviluppa, condizioni che hanno permesso di mantenere la sua purezza come nessuna altra razza nazionale.

La sua area principale di produzione si localizza in coincidenza della provincia di Granada, Almería, Jaén e Murcia, ad altitudini comprese tra gli 800 e i 1000 metri, su le montagne corrispondenti delle Sierras de Segura, La Sagra, Cazorla, Orce y María. È in queste zone che si concentra, approssimativamente, il milione e mezzo dei capi esistenti oggi.

L'adattamento al clima continentale rigoroso, con una pluviometria vicina ai 350 mm, non equamente distribuita nell'arco dell'anno (ragion per cui i pascoli sono scarsi), ha reso questa razza rustica e allevabile in condizioni ambientali difficili. La pecora segureña produce agnelli di alta qualità con un peso alla nascita dai 3.5 ai 5 Kg con un accrescimento medio dalla nascita alla macellazione di 300 gr giornalieri. Gli agnelli sono alimentati esclusivamente con latte materno fino al 40° giorno, età in cui si ha lo svezzamento; da questo momento fino alla macellazione la loro alimentazione

consiste in concentrati e paglia di cereali (22 – 25 kg si raggiungono attorno al 70 – 75 giorno).

Allevamento ovino tradizionale

L'attività agropastorale nella zona originaria di produzione del segureño, come in ogni altro luogo del mondo, nasce con la sedentarizzazione degli abitanti che qui si stabilirono. Questo fatto è confermato nei numerosi studi dei reperti archeologici che ci circondano.

Andando a epoche più recenti (tra il secolo XIII e XVI), osserviamo che la presenza di estese pianure senza coltivazione nei dintorni della città che caratterizzano queste latitudini, il clima con abbondanza di precipitazioni e freddo invernale, le estati dolci che favoriscono lo sviluppo di un manto vegetale importante e la sua conservazione per tutta la stagione estiva, la scarsa pressione che la popolazione esercita sull'ambiente, hanno tutti facilitato l'esistenza di una economia di base silvopastorale fin dall'epoca musulmana.

Gli ampi spazi dedicati al pascolo valorizzarono queste terre per gli allevatori transumanti “cristiano-viejos” residenti nel territorio castigliano più settentrionale (Sierras de Cuenca, Albarracín, etc.). A cominciare dall'occupazione cristiana disponevano di un luogo dove portare i loro greggi. Ma non soltanto loro erano interessati alle pianure, visto che anche il “Condestable de Navarra” aveva lo stesso interesse nell'allevamento. Lo stesso, a partire dalla concessione dei Re Cattolici della giurisdizione dei luoghi di Huéscar, Castelléjar, Vélez Blanco, Vélez Rubio, Cuevas de Almanzora, Zújar e Freila nel 1495, si stabilì qua con i suoi grandi greggi.

Si può poi considerare, con i dati sopra citati, che dovremmo trovare l'origine della Segureña nel medesimo ramo della Manchega e, infatti, era ritenuta come la variante di montagna della razza Manchega, visto che occupa le regioni di maggiore altezza che circondano e limitano a Sud e ad Est le pianure dove questa abita. Prima, il suo censimento veniva effettuato all'interno della razza Manchega. Conserva grandi analogie con questa razza e le differenze tra le due sono limitate a quelle dovute al sistema di allevamento e all'adattamento agli ambienti diversi, che nel caso della Segureña possono qualificarsi come più duri.

È una razza conosciuta da molto tempo. Comunque, non è stata considerata come razza a sé stante fino al 1978, anno in cui è stato istituito il “Registro Especial” della stessa. Possiamo sottolineare che, mentre il numero di ovini censiti diminuisce, il numero di individui di questa razza si mantiene o aumenta. Questi fatti hanno dato luogo a una modalità specifica e comune di allevamento ovino che, basandosi sulla razza Segureña, ha permesso di stabilire alcuni parametri per la protezione della stessa, attraverso un marchio di Denominazione di Origine Protetta.

In questo senso, e vista l'importanza che la “Diputación de Granada” dà a questo tipo di allevamento effettuato in una delle zone più depresse della UE, la “Delegación de Desarrollo” di questa “Diputación”, e il Patronato Rodríguez Penalva, come organismo autonomo direttamente coinvolto nello sviluppo ed innovazione di questo settore produttivo, hanno lavorato durante questi ultimi anni alla protezione di un prodotto di alta qualità e che, grazie alla grande promozione che viene fatta da parte dei differenti organismi, è molto richiesto sul mercato.

Questa azione, che fino a qualche anno fa era considerata necessaria per una maggiore pubblicizzazione e valorizzazione di questo prodotto, si rende ora imprescindibile, dato che ormai si sta arrivando ad una situazione di frode a causa dell'utilizzo del nome commerciale per prodotti senza garanzia di origine.

Condizione biologica dell'allevamento

La produzione ovina e la conduzione biologica è economicamente possibile nelle

nostre regioni, sebbene ci sia una grande dipendenza dall'intervento pubblico e dalle varie sovvenzioni che possono essere ricevute. Questa situazione è simile a quella dell'allevamento ovino convenzionale, sia con questa che con altre razze, tuttavia in una dimensione maggiore dovuta alla rilevante importanza delle sovvenzioni e agli elevati costi che sono presenti oggi per l'alimentazione del bestiame nella produzione biologica.

Tra le diverse vocazioni in cui si orientano questi animali, la produzione di carne si presenta come la scelta con migliori prospettive economiche. I risultati economici della produzione del latte possono essere migliorati con la trasformazione nella stessa azienda, tuttavia l'interesse di questa attività, a fronte della produzione di carne, dipende dal valore aggiunto che si potrà ottenere dai prodotti trasformati, perché possa affermarsi come è accaduto per il formaggio.

Alcune misure che possono essere interessanti per migliorare la vitalità di questi greggi, e che non sono eccezionali nell'allevamento biologico, come la vendita diretta di carne al consumatore, devono essere studiate per ogni situazione reale, perché non possono essere date misure valide a carattere solo generale.

Possibili migliorie e prospettive per il futuro

La produzione biologica di ovini si trova, nella nostra zona, in una situazione di esordio, in cui vi sono alcune limitazioni per l'ottenimento di risultati economici chiari. Si possono evidenziare due fattori che devono essere migliorati. In primo luogo la materia prima per l'alimentazione del bestiame ha prezzi troppo elevati. Questi non si accostano alla realtà dei costi di produzione dei cereali di origine biologica, che in certi casi possono essere persino inferiori a quelli dell'agricoltura convenzionale. Si può sperare che tali prezzi si conformino sulla base dell'equilibrio di domanda e offerta, anche se deve essere considerato il fatto che gran parte della produzione biologica spagnola di cereali è destinata all'esportazione nei Paesi Comunitari.

Il secondo fattore è il rendimento, sia tecnico che economico, della pastorizia nella nostra zona. Le condizioni climatiche della maggior parte delle nostre regioni limitano la produzione naturale dei pascoli, per cui sono necessari interventi che migliorino gli stessi. Questi non possono essere attuati come nelle zone con maggior vocazione al pascolo, visto che le condizioni di aridità di gran parte del nostro territorio non lo rendono possibile. L'uso di arbusti foraggieri si presenta come un'alternativa di grande interesse, sfruttabile a pieno dai piccoli ruminanti. Entrambe le migliorie risultano necessarie affinché la pastorizia abbia un significato economico che permetta di coprire almeno le necessità alimentari degli animali adulti.

Se questi due fattori miglioreranno, la vitalità della produzione sarà garantita anche per le greggi di piccola e media dimensione, i più adatti alle condizioni geografiche delle nostre regioni.

Le prospettive future per questo tipo di allevamento sono incoraggianti. In primo luogo oggi, anche con le limitazioni citate, detta produzione è vitale. In secondo luogo la domanda di alimenti con garanzia di sicurezza è cresciuta in modo marcato negli ultimi anni, essendo la certificazione di controllo della qualità, come quella offerta dalla produzione biologica, uno degli elementi più importanti perché i consumatori possano avere la sicurezza alimentare. Infine, l'esperienza dei Paesi limitrofi, con caratteristiche culturali e ambientali simili alla nostra, come la Francia, fa prevedere un importante aumento del mercato dei prodotti di origine biologica in generale ed in particolare della carne.

Nonostante ciò, il mercato spagnolo identifica la carne biologica con quella prodotta con il sistema pastorizio estensivo e, di conseguenza, con colore più scuro e maggior compattezza. Questo fatto fa sì che i grandi distributori rifiutino questo tipo di canale

e preferiscano animali allevati convenzionalmente. Solo il fatto che sia possibile utilizzare marchio di qualità, fa sì che la offerta di carne di agnello biologico sia modesta.

Situazione dell'allevamento biologico in Andalusia

L'allevamento biologico andaluso oggi si distribuisce nelle zone montane, con speciale rilevanza alla Sierra Morena dove si trova più dell'80% del territorio destinato a questa produzione. In queste zone in generale il suolo è poco profondo, con scarsa sostanza organica e propenso all'erosione. Il principale mezzo di sostentamento della zona è l'impresa agricola, con preferenza per l'allevamento rispetto all'agricoltura, che si basa principalmente sullo sfruttamento estensivo e semiestensivo di bovini, ovini, suini e caprini, che usufruiscono dei pascoli di bosco mediterraneo in cui predomina la quercia. Queste imprese agrarie sono condotte con la modalità tradizionale utilizzando le risorse in forma razionale, fatto decisivo per la conservazione della biodiversità di questo ambiente, a costo di rinunciare alle alte produzioni. Questo svantaggio economico può essere convertito in un vantaggio con la nascita della produzione biologica, che vede queste zone come le principali candidate per la conversione dal sistema convenzionale al biologico.

Un fatto importante per il decollo della produzione biologiche nella nostra comunità è stata l'istituzione di aiuti e misure orizzontali per incentivare metodi di produzione agricoli compatibili con le esigenze di protezione e conservazione dello spazio naturale.

I risultati dello studio fatto dall'Università di Cordoba alla fine e degli anni '90 mostrano

- Che in generale l'aumento registrato nel numero degli allevamenti, ettari e animali è stato costante.
- Che l'incremento che si osserva è del 9.9% per il bestiame, mentre è del 26% per il numero degli allevamenti e del 66.9% per il numero di ettari.

Le conclusioni ottenute nello studio sopra detto sono:

- La crescita del settore dal 1996 è stata costante e ordinata, cosa che ha facilitato il suo controllo
- Il controllo esercitato dal "Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (Organismo di Controllo della "administración")" ha fatto sì che questa crescita non sia stata maggiore, già che:
- Il 37% degli allevatori iscritti hanno visto la necessità di presentare volontariamente la richiesta di uscita dal sistema di controllo, perchè non avevano una condizione che permetteva di affrontare la riconversione con successo
- I corsi realizzati dal CAAE, i colloqui organizzati con allevatori, la documentazione divulgativa e l'esperienza degli allevatori condivisa verbalmente, hanno tutti contribuito a far acquisire una maggiore conoscenza delle difficoltà che possono presentarsi nel risolvere i problemi che vanno comparando giorno dopo giorno nell'allevamento biologico.
- La forte limitazione che il regolamento impone per l'utilizzazione delle risorse disponibili, fa sì che gli stessi allevatori per risolvere i problemi che via via sorgono, preferiscano adottare i mezzi necessari per limitare la presenza degli stessi nella azienda. Tenendo conto che quanto più si forzano le produzioni, maggiori sono le difficoltà che compaiono, gli allevatori hanno preso la decisione di diminuire il carico di bestiame da 0,45 UBA/ha a 0,30 UBA/ha.

Al presente, l'evoluzione sperimentata per il settore è favorevole, visto che dobbiamo segnalare la formazione di una industria mangimistica, due mattatoi e anche una sala

di sezionatura che contribuisce a chiudere il ciclo produttivo

Possibilità dell'allevamento biologico in Andalusia

L'Andalusia riunisce una serie di condizioni per lo sviluppo dell'allevamento biologico che la collocano tra i territori con maggior potenziale a livello nazionale. Ha disponibilità di numerosi allevamenti estensivi che basano la loro gestione su sistemi tradizionali, e che si trovano in vaste zone scarsamente inquinate e con un elevato equilibrio ambientale. La maggior parte di questi allevamenti va soffrendo nell'ultima decade i problemi derivati dalla pressione a cui sono stati sottoposti per cercare di orientarli ad una maggiore intensificazione. Le loro funzioni non sono convenientemente valorizzate e i prodotti, molte volte, non sono competitivi con i prezzi di mercato, pur essendo senza dubbio di maggior qualità organolettica, sanitaria e ambientale. La conversione di alcuni di questi allevamenti alla produzione biologica darà soluzione a questi problemi, porterà prodotti differenziati di qualità ed anche costituirà la base di uno sviluppo immediato di questo tipo di produzioni a partire di un mosaico di punti in tutta l'Andalusia

Granada è la provincia andalusa con minor incidenza di produzione biologica, malgrado che le pratiche di allevamento e agrarie adottate nella stragrande maggioranza della superficie della provincia siano molto poco distanti dalla produzione biologica. Questa situazione ha dato luogo alla recente costituzione del "Centro di Ricerca e Formazione di Agricoltura Biologica e Sviluppo Rurale", che è pioniere in Spagna.

Questo centro si costituisce come punta di diamante dello sviluppo per l'agricoltura biologica del Sud della Spagna, con speciale attenzione ad una razza ovina così interessante come la Segureña, che, grazie al lavoro dell'"Associazione Nazionale degli Allevatori di Ovino Segureño", dispone di strumenti di controllo atti ad arrivare alla tracciabilità individuale di tutti gli effettivi dei greggi associati a questa organizzazione.

Il Patronato Rodríguez Penalva, principale motore del miglioramento dell'allevamento ovino per la provincia di Granada, partecipa con lo stesso impegno al "Centro di Ricerca e Formazione di Agricoltura Biologica e Sviluppo Rurale" e alla "Associazione di Allevatori di Ovino Segureño".

Selezione della Razza Segureña

Il Patronato Rodríguez Penalva lavora da anni alla selezione della razza.

Questa è caratterizzata da precocità sessuale, dato che il primo parto è a 12 - 14 mesi di età.

Elevata prolificità, con una media di 150 agnelli ogni 100 parti.

Intervallo di parto di 8 mesi.

Buona capacità lattifera, il che permette di allevare agnelli con facilità.

Gli obiettivi sono:

- Migliorare le caratteristiche produttive della razza nelle condizioni abituali di allevamento
- Migliorare la produttività individuale per capo in quantità di kg di carne prodotta

Criteri di selezione sono.

- La prolificità
- La conformazione
- L'accrescimento degli agnelli

DOP dell'Agnello segureño dei Betic Orientali

Al presente si sta lavorando più al marchio DOP per la valorizzazione dell'agnello segureño, che alle produzioni di animali biologici.

Definizione del prodotto:

- Alimentazione dalla nascita a 3 settimane: latte materno
- Alimentazione da 3 settimane allo svezzamento: misto
- Alimentazione dallo svezzamento alla macellazione: concentrato
- Età di svezzamento: 40-50 giorni
- Età di macellazione: 70-85 giorni
- Peso vivo alla macellazione: da 20 a 26 kg
- Peso carcassa fresca: da 9,5 a 12,5 kg
- Peso carcassa fredda: da 9,0 a 12,0 kg

Viene curata molto la tracciabilità del prodotto. Il consumatore infatti compra un prodotto di cui possa conoscere l'origine (allevatore), la trasformazione (macellatore e laboratorio di sezionamento), i metodi di produzione e la qualità.

Marchio biologico contro Marchio di qualità.

La produzione biologica è caratterizzata da:

- elevati costi di alimentazione degli agnelli
- elevati costi di alimentazione degli adulti durante i periodi che gli animali sono al chiuso: monta, allattamento
- Solo i produttori biologici devono dimostrare, e per questo pagare, che la loro produzione viene effettuata con sistemi di qualità
- Impossibilità di uso degli ormoni per la sincronizzazione dei calori, non si può usare la fecondazione artificiale

Commercializzazione: il mercato spagnolo non accetta l'agnello allevato al pascolo perché ha caratteristiche diverse: carne scura e più dura

Il mercato spagnolo identifica la carne di agnello come carne di qualità prodotta in condizioni quasi biologiche

Il mercato spagnolo non paga la differenza di prezzo esistente fra carne biologica e non biologica di agnello

La riuscita dell'agnello nel sud est della Spagna è basata sui 30 anni di selezione genetica realizzata dagli allevatori, che ha dato luogo ad un prodotto omogeneo, che è alla base scientifica della qualità della sua carne

Piano di diffusione della valorizzazione mediante marchio di qualità: amministrazioni > produttori e distributori > consumatori

- Amministrazioni: l'obiettivo della comunicazione è ottenere il loro appoggio al progetto, soprattutto economico.
- Distributori e ristoratori: la comunicazione si realizza mediante Giornate Gastronomiche a base di agnello, a cui vengono invitati professionisti della ristorazione
- Consumatori: l'obiettivo in questo caso è promuovere il prodotto, promuovendo la conoscenza e la domanda del Marchio.

Risultati: L'I.G.P. è una necessità di fronte alla frode emergente di agnelli di altra provenienza venduti come segureñi.

Gérard Faucher

technicien et chargé de mission de la filière viande pour l'organisme LIMOUSIN PROMOTION, Limoges, France

Sophie Mournetas (INTERLIM GENETIQUE SERVICE): interlim@limousine.org

Nota: Il Mugello sta diventando uno dei centri italiani più importanti di selezione della Limousine. Le associazioni francesi di promozione di questa razza sono sempre più attente a questo fenomeno, e sono presenti, attraverso i loro tecnici, alle più importanti mostre e manifestazioni che vengono organizzate in questo territorio.

Blason Prestige: Un “Label Rouge” (Marchio Rosso) per valorizzare la Limousine

Riassunto

Dopo un breve riassunto sui marchi europei di qualità e di origine, l'oratore ha presentato dapprima il sistema francese dei Marchi Ufficiali di qualità. Ed in particolare il “Label Rouge” (Marchio Rosso) creato per decreto nel 1960. Ha approfondito in seguito il sistema “Label Rouge” prendendo per esempio il procedimento utilizzato per il “Blason Prestige” nella razza Limousine.

Con i suoi 12.000 allevatori, 25 organizzazioni di produzione, 50 impianti di macellazione e 1200 macellerie, la filiera “Blason Prestige” è la prima in Francia sul mercato delle carni di qualità superiore.

L'oratore ha terminato con un rapido approccio economico dimostrando che, riguardo ai costi di certificazione e comunicazione che promuovono il processo, il profitto per l'allevatore si misura di più in termini di garanzia di vendita della sua produzione che in termini reali di plus-valore, sempre che questo ci sia.

“Blason Prestige”

In Europa esistono diversi marchi di qualità: AOP (Denominazione di Origine Protetta), IGP (Indicazione Geografica Protetta), AB (Agricoltura Biologica), STG (Specificità Tradizionale di Garanzia) o AS (Attestazione di Specificità).

In Francia vi sono anche marchi nazionali per AOC (Denominazione di Origine Controllata), AB (Agricoltura Biologica), ma in più c'è anche il “Label Rouge” (Marchio Rosso).

E' il Ministero dell'Agricoltura che, per Decreto, regola il “Label Rouge”, il CCP (Certificazione di Conformità del Prodotto), ed inoltre i Marchi AB, IGP, AOP ed AOC.

Nel nostro caso “Label Rouge” e CCP vengono gestiti dalla CNCL (Commissione Nazionale dei Marchi e della Certificazione), che provvede alla applicazione del disciplinare ed alla omologazione, attraverso anche l'attività del Gruppo Qualità (nel nostro caso Limousin Promotion).

La filiera del “Label Rouge” prevede il controllo dei mangimi e dei produttori di mangimi di complemento (analisi di campioni e controlli in loco), l'allevatore (un controllo l'anno), il macellatore (4 controlli l'anno), il grossista (1 controllo l'anno), il punto vendita (1 controllo ogni 2 anni) ed infine i consumatori.

Il controllo viene effettuato, su tutti i punti della filiera, da un organismo indipendente, nel nostro caso il CERTILIM. Il Gruppo Qualità (nel nostro caso Limousin Promotion) agisce a livello delle organizzazioni di allevatori, dei punti di macellazione e dei punti vendita. Il tutto avviene sotto la supervisione del CNCL e del COFRAC.

Il sistema di certificazione e controllo è simile a quello del biologico, anche se naturalmente i disciplinari sono diversi.

Il Marchio “Blason Prestige” prevede 3 tipi di prodotto:

- 1) Boeuf Limousin (Bue castrato). Creato nel 1988 (Label Rouge n° 22.88). Gruppo Qualità Limousin Promotion. Attività 2001: 5.350 tonnellate, 9.570 allevatori, 600 distributori.
 - a. Animali di razza Limousine nati, allevati e macellati in Francia
 - b. Conformazione E, U, R e copertura adiposa 3 o 4
 - c. Vacche di meno di 9 anni e più di 300 kg (per quelle fino a 12 anni c'è un Marchio CCP per poter valorizzare anche animali di questa età)
 - d. Giovenche di più di 28 mesi e più di 280 kg
 - e. Buoi castrati da 30 a 84 mesi (7 anni) e più di 320 kg
- 2) Limousin Junior (i più simili ai nostri vitelloni). Creato nel 1988 (Label Rouge n° 22.88). Gruppo Qualità Limousin Promotion. Attività 2001: 1.250 tonnellate, 2.840 allevatori, 160 distributori nel grande Sud Est.
 - a. Animali di razza Limousine prodotti sul territorio Limousin
 - b. Conformazione E, U, R e copertura adiposa 2 o 3
 - c. Giovenche di più di 180 kg
 - d. Maschi di meno di 18 mesi e più di 180 kg
- 3) Veu Fermier (vitello di fattoria) di Limousin, allevato sotto la madre. Creato nel 1992 (Label Rouge n° 20.88 ed IGP n°L148 del 21 giugno 1996). Gruppo Qualità Camera della Agricoltura del Limousin. Attività 2001: 2.500 tonnellate, 3.400 allevatori, 540 distributori.
 - a. Vitelli allevati sotto la madre nel territorio Limousin
 - b. Animali da 90 a 165 giorni e da 85 a 150 kg
 - c. Conformazione E, U, R, colore bianco rosato, copertura adiposa 2 o 3

Gli allevatori di Boeuf Limousin, e le organizzazioni di produzione di questo prodotto sono nel centro est della Francia ed in Bretagna.

I macellatori di Boeuf Limousine e Limousine Junior si trovano in tutta la fascia centrale del Paese da est a ovest, mentre i punti vendita sono distribuiti uniformemente in tutta la Francia.

Il marchio “Blason Prestige” prevede il controllo della tracciabilità dall'allevamento alla macelleria. La marca auricolare all'orecchio, corrisponde al numero riportato sul passaporto, ed a quello riportato sul certificato di garanzia esposto in macelleria.

L'attività del marchio Boeuf Limousin, in quanto a tonnellaggio, è andata crescendo dal 1997 al 2001, poi si è fermata ed è calata nel 2003 e 2004. Il numero dei distributori è stabile.

Diverso è risultato l'andamento dell'attività del marchio Limousine Junior, in continua crescita dal 1997 ad oggi come tonnellaggio. In questo caso però si è riscontrata una contrazione del numero di distributori dal 2001 ad oggi.

L'attività del “Blason Rouge” è dura, complessa e costa molto, ma dà ai consumatori la certezza della qualità dei prodotti che acquistano.

Attualmente però la vendita dei prodotti “Label Rouge” stanno risentendo della diminuzione del potere di acquisto dei consumatori, che in Francia, come in tutta l'Unione Europea, spesso preferiscono prodotti di costo inferiore.

Alessandro Giorgetti

Dipartimento di Scienze Zootecniche, Università di Firenze, Italia
alessandro.giorgetti@unifi.it

Documento finale

Di fronte alla globalizzazione dei mercati la zootecnia europea deve essere in grado di fornire risposte condivise tendenti alla valorizzazione delle produzioni tipiche di qualità, sia sotto il profilo sensoriale-organolettico, che sotto quello dietetico.

In Europa esistono o sono sul punto di nascere numerosi distretti rurali e agroalimentari dove le produzioni zootecniche sono caratterizzate da livelli qualitativi elevati.

E' auspicabile che tale patrimonio sia ulteriormente valorizzato ed opportunamente tutelato, anche attraverso la produzione di marchi di origine e di qualità.

La qualità dei prodotti implica in primo luogo l'ottimizzazione delle filiere produttive (qualità di processo) e l'utilizzazione dei tipi genetici più idonei, in funzione dell'ambiente di allevamento e delle tipologie di prodotto.

In questa ottica è necessario tenere presenti:

- 1) la sostenibilità ambientale
- 2) il benessere animale.

Di conseguenza appare necessario rafforzare le attuali tendenze che fanno riferimento alle tipologie di produzione cosiddette "ecocompatibili" e "biologiche", dopo accurate individuazioni dei genotipi più adatti e la rimodulazione delle pratiche di allevamento e delle relative normative, tenendo sempre presenti le opportunità offerte dal progresso scientifico e dalle innovazioni tecnologiche.

Appare pertanto indispensabile la stretta collaborazione tra mondo della ricerca, allevatori e governi o amministrazioni locali e nazionali.