

**Piano strategico regionale di indirizzo  
per lo sviluppo e la valorizzazione della zootecnia bovina da carne piemontese**

**INFORMAZIONI STRUTTURALI**

**IL PATRIMONIO ZOOTECNICO BOVINO IN PIEMONTE**

Il Patrimonio bovino della Regione Piemonte si attesta intorno al 13% del Patrimonio bovino Nazionale. Il 2008 ha fatto segnare una riduzione della popolazione bovina piemontese pari allo 1.88% rispetto all'anno precedente. Le ragioni del decremento del numero di bovini allevati nella nostra Regione sono da ascrivere alla situazione di crisi del settore. La Razza Piemontese (+ 2.2% rispetto al 2007), ha rappresentato anche nel 2008 oltre il 40% del totale dei bovini allevati in Piemonte, e conferma la sua tendenza positiva grazie ai buoni sviluppi del sistema di commercializzazione. In decremento la popolazione della Razza Frisona (-2.66 % rispetto al 2007) dei capi da ingrasso, rappresentati principalmente dalle tre maggiori razze francesi: Blonde d'Aquitaine, Limousine e Charolaise (- 7.3%).

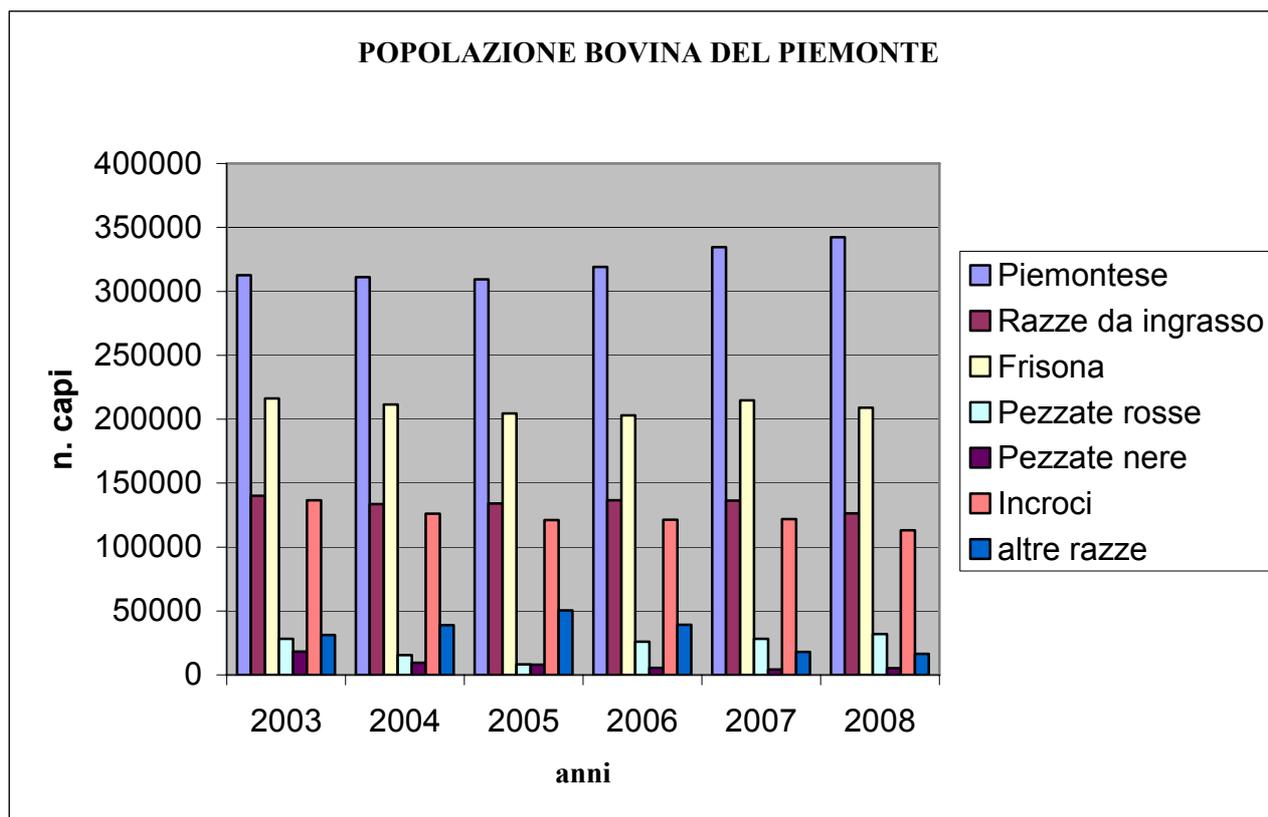
*Fonte: Sanità Pubblica Regione Piemonte*

<b>TAB. 1 – PATRIMONIO ZOOTECNICO BOVINO IN ITALIA E IN REGIONE PIEMONTE</b>		
	<b>Bovini e Bufalini</b>	
	capi	%
ITALIA	6.268.062	
<b>REGIONE PIEMONTE</b>	<b>844.550</b>	<b>13.47</b>

<b>TAB. 2 – CAPI BOVINI E AZIENDE ZOOTECHNICHE IN PIEMONTE</b>					
	2005	2006	2007	2008	<b>var. % 07/08</b>
TOTALE BOVINI	835.437	850.377	858.016	841.894	<b>-1.88</b>
<b>TOTALE AZIENDE</b>	<b>18.874</b>	<b>18.136</b>	<b>17.841</b>	<b>17182</b>	<b>- 3.69</b>

Mentre il patrimonio bovino regionale è generalmente cresciuto negli ultimi anni, ad eccezione del 2008, prosegue il calo costante del numero delle aziende zootecniche già rilevato negli scorsi anni, Quindi sul territorio vi sono aziende che cessano l'attività di allevamento e aziende che, per restare concorrenziali sul mercato, aumentano il numero di capi allevati.

Le cause di questo andamento negativo sono molteplici. In primis lo scarso ricambio generazionale (tipico di tutta l'agricoltura italiana). Si registra inoltre una difficoltà gestionale per le aziende poco strutturate che perdono competitività sul mercato. La ripresa dei prezzi dei cereali negli ultimi anni ha fatto sì che alcune aziende abbandonassero l'allevamento per dedicarsi esclusivamente alla coltivazione ed alla vendita dei cereali.



La crescita della razza Piemontese compensa parzialmente il decremento del settore con un aumento dei capi del 2.2% rispetto all'anno precedente. Si rileva altresì un decremento del 7.3% dei capi da ristallo destinati all'ingrasso che sono scesi a circa 231.000 unità nel corso del 2008.

*Dato Anagrafe Nazionale Bovina – aggiornati al 31/12/2008*

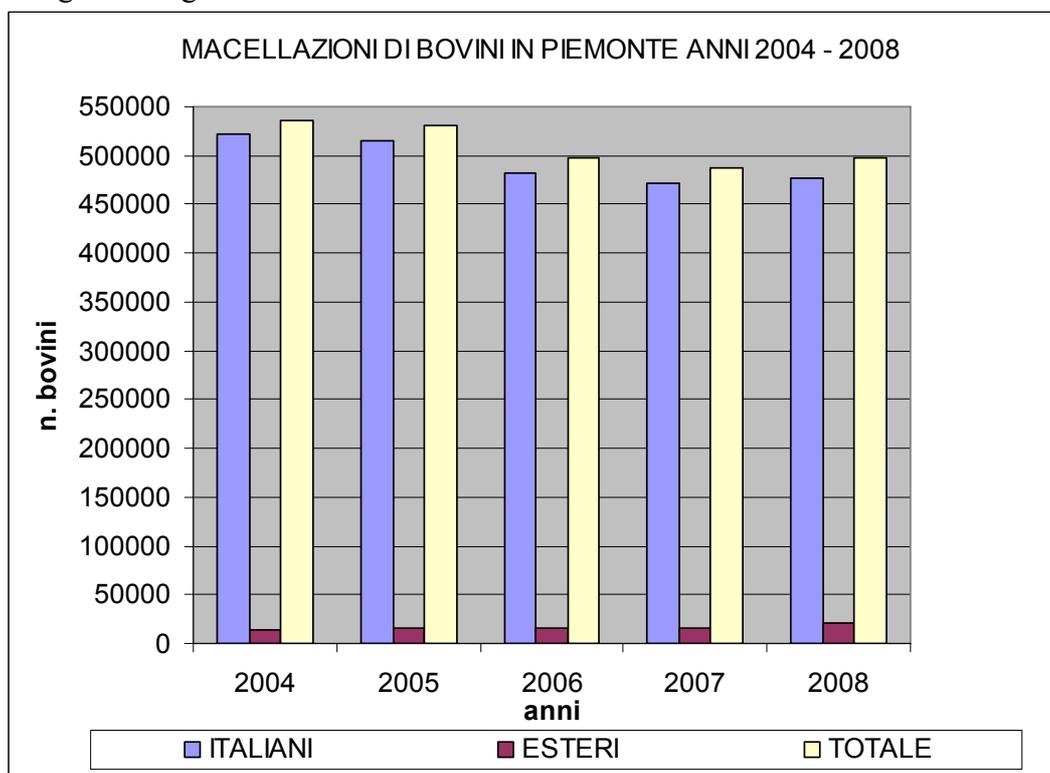
<b>TAB. 3 – CAPI BOVINI ALLEVATI IN PIEMONTE CON ETA' INFERIORE AI 24 MESI – RIPARTIZIONE PER RAZZA</b>		
<b>RAZZA</b>	<b>capi allevati (n°)</b>	<b>% sul totale dei capi allevati</b>
PIEMONTESE	126.480	51
BLONDE D'AQUITAINE	54.540	22
LIMOUSINE	42.100	17
CHAROLAISE	23.931	9
ALTRE RAZZE DA CARNE FRANCESI	2.527	1
<b>TOTALE</b>	<b>249.578</b>	<b>100</b>

## SCENARIO

### 1. ANDAMENTO DELLE MACELLAZIONI DI BOVINI IN PIEMONTE

Nonostante l'inversione di tendenza dell'ultimo anno, dal 2004 al 2008 le macellazioni di bovini in Piemonte si sono ridotte di circa 7 punti percentuali.

Sono diminuite principalmente le macellazioni di capi provenienti da allevamenti italiani (piemontesi e non) a favore di capi provenienti da altri paesi europei (dal 2004 al 2008 sono aumentate del 37% le macellazioni di capi provenienti da Francia, Spagna e Germania). Le cause di questa riduzione si possono individuare essenzialmente nella contrazione dei consumi domestici di carne bovina, nell'aumento dell'import di carne da paesi Europei ed Extraeuropei, e l'importazione di capi grassi pronti per la macellazione. Paesi quali la Francia e la Germania che in passato si erano dedicati quasi esclusivamente all'export di vitelli da ristallo da qualche anno si sono specializzati anche nell'ingrasso di giovani bovini.



Fonte: Anagrafe Nazionale Bovina

Su un totale annuo di quasi 500.000 capi bovini macellati annualmente in Piemonte, la ripartizione tra capi adulti e vitelli (sotto i 12 mesi di età) mostra una netta preponderanza dei primi. Nel complesso, il comparto della carne bovina realizza un valore della produzione pari a quasi 500 milioni di euro. La concentrazione geografica degli allevamenti è particolarmente marcata, con una prevalenza della provincia di Cuneo e di Torino.

In Piemonte si possono individuare due tipologie di allevamento profondamente diverse che si correlano alle due filiere in cui è strutturato il settore: l'allevamento a ciclo aperto (da "ingrasso") e l'allevamento a ciclo chiuso; si può stimare che sul totale dei capi macellati in regione, circa i 2/3 siano allevati a ciclo aperto e 1/3 a ciclo chiuso.

Il sistema del ristallo (ciclo aperto) si compone di circa 5.000 allevamenti e circa 230.000 capi. Il ciclo è intensivo, basato su allevamento in box e alimentazione prevalente con insilato di mais, concentrato e fieno. Tali aziende sono di grandi e medie dimensioni, concentrate nelle aree della pianura tra Torino e Cuneo, in territori con marcata specializzazione per la produzione di cereali da destinare all'alimentazione del bestiame. Questa forma di allevamento richiede un costante flusso di importazioni di vitelli, generalmente provenienti dalla Francia e, in minore misura, da altri Paesi europei.

Il sistema a ciclo chiuso è rappresentato in modo pressoché esclusivo dai circa 300.000 capi di razza Piemontese, iscritti al Libro genealogico a cui aderiscono 3.300 aziende. L'allevamento è di tipo

semintensivo, con il ricorso al pascolamento. La produzione passa prevalentemente attraverso una rete di piccoli macelli, che commercializzano il prodotto localmente.

In sintesi è possibile affermare che la zootecnia bovina da carne in Piemonte è strutturata in due filiere principali, riconducibili alle seguenti:

- aziende che ristallano prevalentemente bovini di razze francesi;
- aziende che allevano bovini di razza Piemontese, sia a ciclo chiuso sia a ciclo aperto. Trattasi di filiere caratterizzate da sistemi di allevamento, disciplinari di produzione e sistemi di commercializzazione differenti, anche nei rapporti con la Grande Distribuzione Organizzata (GDO).

## **2. ANDAMENTO DEI PREZZI DI VENDITA DEI BOVINI DA MACELLO**

L'analisi dell'andamento dei prezzi di vendita dei bovini da macello nel corso degli ultimi anni, è distinta tra le tre principali razze francesi ingrassate in Piemonte (Charolaise, Limousine e Blonde d'Aquitaine) e la razza Piemontese. Se per le razze francesi gli sbocchi di mercato risultano per lo più simili e regolari e si concentrano verso le catene della grande distribuzione (fatta eccezione per una parte dei bovini di razza Blonde d'Aquitaine che vengono assorbiti dalle macellerie tradizionali), per la razza Piemontese il mercato risulta molto più articolato e più sensibile alle dinamiche classiche degli scambi caratterizzati dagli andamenti di domanda e offerta.

Per quanto riguarda le razze francesi, dopo un 2005 caratterizzato da un andamento pressoché stabile su livelli di prezzo bassi, il 2006 si è aperto con un netto aumento di quotazioni che si è mantenuto tale fino a metà anno. Dalla metà del 2006 è cominciata una fase di discesa che ha raggiunto il suo culmine intorno a Giugno 2007 e che si è protratta in pratica fino alla fine dell'anno. L'insorgenza dell'epidemia di Blue Tongue nei Paesi del Nord Europa, che ha ridotto la capacità di importazione di giovani bovini per l'ingrasso in Italia, unita ad un buon andamento dei consumi domestici e alla richiesta da parte delle principali catene della GDO di acquistare carne prodotta in Italia, hanno fatto sì che, dall'inizio del 2008, le quotazioni di tutte le razze francesi allevate in Piemonte ricominciassero a salire raggiungendo valori simili a quelli del primo semestre 2006. L'andamento stagionale ha poi contratto leggermente i prezzi da metà Giugno 2008 che si sono mantenuti comunque su livelli buoni fino a giugno 2009 seppur con leggeri cali a partire dal mese di aprile.

In generale, per quanto riguarda l'anno 2008 ed il primo semestre 2009, l'andamento di mercato per le razze francesi può considerarsi positivo e in netto miglioramento rispetto agli anni precedenti.

Dall'analisi dell'andamento delle quotazioni dei capi di razza Piemontese è emerso che, dopo aver raggiunto valori molto elevati dall'inizio del 2006, mantenuti fino a metà 2007, i prezzi sono scesi a livelli più bassi di quelli della razza Blonde d'Aquitaine.

## **3. ANDAMENTO DEI COSTI DI PRODUZIONE E PROBLEMATICHE PRODUTTIVE**

L'organizzazione produttiva delle aziende zootecniche da carne deve affrontare diversi cambiamenti che potrebbero influenzarne sensibilmente la struttura produttiva, la collocazione di mercato e la dislocazione sul territorio.

L'applicazione della normativa sui nitrati e la condizionalità dovrebbero determinare una maggiore estensivizzazione delle forme di allevamento, soprattutto nelle aziende ristallatrici di pianura.

Il mercato sta mostrando uno spiccato interesse verso la Razza Piemontese, oggetto di una crescita che dovrà essere gestita con equilibrio. Si segnalano numerosi casi di aziende produttrici di bovini di altre razze o produttrici di latte, che convertono l'allevamento alla razza Piemontese. Se la maggiore offerta dovesse eccedere la domanda, il mercato potrebbe deprimersi ulteriormente.

La fase commerciale è sempre più dominata dalla GDO, mentre le macellerie tradizionali – un tempo il canale prevalente – stanno vivendo un lento processo di declino.

La GDO esercita tutto il suo potere contrattuale su allevatori e macellatori, trattenendo quote importanti del valore aggiunto; tuttavia è attualmente l'unico canale strutturato che risponde con

interesse ai processi di segmentazione verso l'alto dell'offerta, poiché mira ad offrire ai consumatori una gamma articolata su diversi livelli di prezzo e di qualità. Molto spesso la GDO è l'unico soggetto in grado di imporre processi di certificazione di filiera e di tracciabilità volontaria, assumendo quindi un ruolo di tipo strategico sulla filiera.

Negli allevamenti a ciclo aperto si registrano problematiche di competitività, determinate dall'andamento dei costi delle materie prime e del costo di approvvigionamento dei vitelli.

Il livello di organizzazione dell'offerta dei produttori francesi segue indissolubilmente il prezzo del vitellone da macello sul nostro mercato. Ne consegue che gli allevamenti da ristallo costituiscono una tipologia di aziende con equilibrio di mercato instabile, spesso esposte alle difficoltà commerciali derivanti dalle inefficienze o dallo scarso potere contrattuale dei produttori, dagli shock sanitari e dai costi delle materie prime.

(Fonte analisi Swot PSR 2007/2013)

#### 4. LA TIPICITA' DELLA FILIERA DELLA RAZZA PIEMONTESE

La tipicità della Razza Piemontese riguarda 5 aspetti che, in modo sintetico, si riportano di seguito.

1. I sistemi di allevamento che non trovano analogie nel resto d'Europa: a) la **linea vacca-vitello** (circa il 20% degli allevamenti), dove le fattrici partoriscono vitelli che vengono venduti ad età variabile tra 1 e 6 mesi, sistema praticato soprattutto dai margari che utilizzano l'alpeggio estivo. b) Il **ciclo chiuso** (70% degli allevamenti), dove si realizza sia la riproduzione sia l'ingrasso, sistema produttivo attuato soprattutto nella pianura ricca di foraggi e cereali utilizzati per l'alimentazione delle diverse categorie di bovini che compongono l'allevamento. c) Il **ciclo aperto** caratterizzato dalla presenza solamente della fase di ingrasso dei bovini.

2. Le eccellenti qualità commerciali delle carni: elevate rese alla macellazione ed allo spolpo, - rispettivamente fino al 68% ed all'82% di resa - mezzene di categoria S – E – U e con uno stato di ingrassamento 2 – 3. Inoltre maggiori percentuali di tagli nobili del posteriore rispetto a quelli meno nobili dell'anteriore.

3. Le peculiari caratteristiche qualitative delle carni: tenere, magre, con poco colesterolo - oscilla tra 48,8 mg/100 g del sottofiletto ed un massimo di 61,6 mg/100 g del rotondino di spalla - con profili nutrizionali ottimi soprattutto sulla componente degli acidi grassi dove il rapporto tra SFA (acidi grassi saturi) e MUFA+PUFA (acidi grassi monoinsaturi e polinsaturi) pone questo alimento a livello dei pesci per quanto riguarda le caratteristiche aterogenetiche e trombogeniche, nettamente superiori a quelle delle altre carni bovine.

4. Una diffusa presenza di canali di commercializzazione che vanno dall'acquisto diretto al dettaglio tradizionale (sia cooperativo sia privato), fino alla GDO, sia con carne fresca sia con carne già confezionata o trasformata. Restano spazi di mercato tra i trasformati (ad esempio bresaole), nell'e-commerce e nella ristorazione sia collettiva sia d'élite.

5. I sistemi di etichettatura volontaria delle carni bovine caratterizzano quantità del prodotto finale che risultano essere le più elevate d'Italia.

#### 5. PRINCIPALI CRITICITA' DEL SETTORE

Vengono di seguito riportate le principali criticità della filiera del bovino da carne in Piemonte.

##### 1. ELEVATI COSTI DI PRODUZIONE E OFFERTA DISORGANIZZATA

L'aumento dei costi di produzione è percepito dagli allevatori con particolare riferimento alle materie prime, ma pesa sul settore anche una certa arretratezza strutturale e di management aziendale che incidono notevolmente sui costi gestionali.

Uno dei problemi più gravi è la disaggregazione dell'offerta, la mancanza di un sistema di gestione o quanto meno di rilevamento dei flussi di prodotto e di conoscenza certa del prezzo di riferimento.

Il risultato finale è una incapacità di programmazione della produzione che provoca le cicliche sofferenze di mercato.

## 2. INADEGUATI RICAVI ALLA VENDITA.

In questa situazione stagnante pesano sia la globalizzazione del mercato della carne, con la forte concorrenza della carne importata dall'estero con diverse caratteristiche di "qualità globale" (igienico-sanitaria, nutrizionale, organolettica e tecnologica), sia un modesto potere contrattuale dei produttori, che hanno sfruttato il mercato favorevole che ha seguito la crisi provocata dall'encefalopatia spongiforme bovina senza riuscire a strutturare i rapporti di forza tra gli attori della filiera: commercianti, macellatori, grossisti e soprattutto GDO.

## 3. DEBOLEZZA DEL COORDINAMENTO ORIENTATO ALLA "QUALITÀ GLOBALE".

La definizione di strategie comuni, a livello regionale, è spesso occasionale ed in risposta a situazioni di emergenza. Il coordinamento stabile tra tutti gli operatori favorirebbe l'inquadramento delle diverse iniziative in un piano generale condiviso tra le parti (assistenza tecnica, ricerca, innovazione e sviluppo, rapporti con gli Enti pubblici).

## 4. DIRETTIVA "NITRATI" E NORME IN MATERIA AMBIENTALE.

La Direttiva Nitrati in Italia è stata recepita nel 1999. La Regione Piemonte ha stabilito le modalità di applicazione della direttiva attraverso diversi regolamenti regionali, che designano come zone vulnerabili circa 390.000 ettari. Complessivamente oltre il 52% del territorio piemontese di pianura è designato ai sensi della Direttiva Nitrati.

Il settore della produzione bovina da carne, sebbene con un grado di problematicità meno spinto rispetto ad altri comparti produttivi, necessita di rilevanti iniziative volte: 1) alla massimizzazione delle esternalità positive, in termini ambientali (produzione di sostanza organica, sviluppo rurale di aree marginali, ecc.), 2) al contenimento degli impatti ambientali negativi, con riferimento particolare alla tutela delle acque ed all'emissione di gas serra correlati alle forme di produzione intensive.

## 6. PROPOSTE DI INTERVENTO

### ANALISI

Un dato comune alle due filiere bovine, anche se in modo prevalente per gli allevamenti di razza Piemontese, è costituito dalla centralità dell'azienda agricola a conduzione familiare.

L'azienda agricola a conduzione familiare può ben considerarsi l'unità di misura di base dell'attività produttiva (certo non di trasformazione e commercializzazione) delle filiere zootecniche piemontesi. Prova ne sia un esame anche superficiale del paesaggio rurale, soprattutto quello della pianura cuneese e torinese: forte presidio umano del territorio con una presenza capillare ed articolata che ben si contrappone al modello rurale della vicina pianura lombarda ed emiliana, dove domina spesso una monocultura intorno a fabbricati rurali ormai in rovina e disabitati. Il presidio del territorio muta leggermente nelle forme, ma mantenendo forte la matrice umana, nei territori di collina, alta collina e montagna: qui, come nella pianura si realizza il ruolo essenziale di salvaguardia del territorio.

I produttori zootecnici costituiscono un pilastro dell'economia agroalimentare del Piemonte; basti considerare che la fase primaria rappresenta 1/3 della Produzione a Prezzi di Base (PPB) agricola della regione.

La stessa frammentazione elevata dei produttori deve essere considerata in fase di analisi, ma non può essere inserita nei punti di debolezza della filiera perché, al contrario, può costituire una grande opportunità per disegnare un nuovo modello che ben si integra con le produzioni di qualità e con un approccio orientato al mercato tramite un'ottimale segmentazione dell'offerta.

Tra le opportunità offerte dalla frammentazione produttiva, vi è la forza economica e soprattutto sociale del mondo cooperativo, la forza tenace e motivatissima delle filiere cortissime degli spacci aziendali, la possibilità di fare gruppo in Consorzi e Associazioni per valorizzare i prodotti.

Gli altri attori delle filiere zootecniche hanno caratteristiche completamente diverse dai produttori. A monte le aziende mangimistiche e meccaniche, a valle i commercianti, i trasformatori e i distributori non portano in dote più di tanto alla specificità dei prodotti agricoli piemontesi. Il loro assetto, così come il loro approccio al mercato, è sostanzialmente riconducibile ad un modello nazionale o multinazionale anche quando la loro attività è più limitata all'ambito locale. Si possono evidenziare solo alcune eccezioni nell'ambito dei trasformatori, soprattutto per quanto riguarda la filiera bovina della Razza Piemontese.

Per questo la stessa affermazione che la caratteristica comune delle filiere zootecniche è quella di essere sostanzialmente a base locale, a volte con articolazioni in più ampi sistemi interregionali, deriva dal peso dei produttori sulla filiera, non di una completa integrazione verticale tra diversi attori aventi caratteristiche ed obiettivi simili.

All'interno di questo quadro è necessario tenere conto di come sta evolvendo il mercato della carne bovina a livello mondiale.

L'Italia risulta ad oggi uno dei principali importatori di carne bovina al mondo e molti Paesi grandi produttori, sia europei che extra europei, guardano al nostro mercato come sbocco principale delle loro esportazioni. L'Italia importa circa il 47% della carne bovina annualmente consumata. La destinazione principale di questi flussi di prodotto rimane la ristorazione collettiva, intesa sia come mense (scolastiche, ospedaliere o aziendali) sia come ristoranti e tavole calde.

Alcune catene della GDO stanno tuttavia cominciando a inserire sui banchi di vendita prodotto estero che posizionano sia come "primo prezzo" ma anche su segmenti medio-alti che entrano in diretta competizione con il prodotto allevato in Piemonte.

Nella nostra regione questo fenomeno è meno accentuato rispetto ad altre aree del Paese grazie soprattutto alla presenza della Razza Piemontese sul territorio e di un buon numero, seppur in diminuzione, di macellerie tradizionali.

Sarà necessario tuttavia favorire percorsi di valorizzazione e promozione che favoriscano il mantenimento di un equilibrio tra autoproduzione e approvvigionamento dall'estero negli interessi sia dei produttori che dei consumatori.

## OBIETTIVI

La definizione di un piano strategico ha l'obbligo di fissare degli obiettivi. L'analisi appena rappresentata suggerisce di porre al centro delle azioni da individuarsi nel piano strategico l'azienda agricola che, come abbiamo visto, nella stragrande maggioranza dei casi è a conduzione familiare. Questa scelta può essere condivisa da tutto il mondo organizzato degli allevatori, delle loro Associazioni e Consorzi, delle loro organizzazioni professionali e di categoria.

I risvolti di tale scelta sono tutti nel valore aggiunto del mantenimento occupazionale, nel consolidamento del tessuto socioculturale agricolo, nella sana economia legata al territorio, nel coinvolgimento di larga parte della popolazione piemontese, nella salvaguardia del territorio, del paesaggio rurale, del turismo e del patrimonio architettonico delle nostre campagne di pianura, collina e montagna.

Il consolidamento in termini di competitività ed approccio al mercato dell'azienda agricola, non potrà che avere risvolti positivi su tutti gli attori della filiera. I quali, potranno pianificare azioni ad integrazione di quelle poste in essere dal settore agricolo per tentare utili sinergie.

Occorre porsi come obiettivo quello di fornire al consumatore un prodotto il più possibile identificato in modo da permettergli di risalire all'origine e alla provenienza del singolo taglio di carne acquistato.

## METODI

Occorre partire dalla domanda di mercato.

Sono importanti gli studi di settore che evidenziano un progressivo sviluppo dei consumi fuori dalle mura domestiche: mense aziendali e scolastiche, bar, self service, ristoranti, ecc.. Una progressiva destrutturazione dei pasti con una conseguente crescita della domanda di piatti già pronti a cuocere e soprattutto uno spostamento marcato verso prodotti ad elevato contenuto di servizio, con attenzione all'aspetto salutistico e alla marca (riconoscibilità del prodotto).

In questo contesto l'etichettatura delle carni (intesa sia come tracciabilità, sia come contenuto nutrizionale) e la segmentazione del mercato (prodotti nuovi ed innovativi) sembra rispondere alla domanda di un consumatore attento e consapevole, inevitabile target principale della produzione zootecnica di qualità.

Occorre però tenere conto dell'esigenza di raggiungere un livello minimo di massa critica di prodotto. La carne bovina di razza Piemontese non può essere considerata un prodotto di nicchia, ma una delle grandi produzioni italiane, come tale essa, per potersi affermare sul mercato, necessita di muovere adeguati volumi di prodotto allo scopo, appunto, di fare massa critica.

Una delle più importanti proposte di intervento oltre all'etichettatura e alla promozione, è la segmentazione del mercato, quale strumento fondamentale per aumentare i volumi di vendita del prodotto.

La segmentazione del mercato potrà essere favorita anche dall'approvazione, in corso, dell'Indicazione geografica protetta Vitellone Piemontese della coscia.

## PROPOSTE

### 1. ETICHETTATURA: TRACCIABILITÀ E ASPETTI NUTRIZIONALI

Una diffusa adesione a disciplinari di etichettatura volontaria ai sensi del Reg. CE 1760/2000 è stata il punto di forza del sistema produttivo piemontese della carne, soprattutto di razza Piemontese nell'ultimo decennio, in riferimento ai disciplinari gestiti dalla componente agricola. È fondamentale che azioni, programmi ed iniziative facciano riferimento all'etichettatura volontaria delle carni prodotte sulla base di disciplinari gestiti dalla parte agricola un importante strumento di rafforzamento del peso contrattuale degli allevatori per contare di più nei rapporti di forza con gli altri componenti della filiera. In proposito è opportuno ricordare che i disciplinari citati sono stati attivati anche sulla base di finanziamenti della Regione Piemonte, in coerenza con il documento programmatico sulla carne bovina del 1999.

L'attualizzazione della strategia avviata nel 1999, deve quindi concentrarsi sulla necessità di rendere ampiamente flessibili i disciplinari gestiti dalla parte agricola allo scopo di adeguarli alle continue mutazioni delle condizioni di mercato. L'obiettivo prioritario deve essere quindi quello di etichettare il maggior numero di bovini allevati nelle aziende agricole piemontesi.

Altri settori del mondo agricolo ci ricordano l'importanza strategica di avere un sistema di etichettatura volontaria sul quale occorre mantenere alta l'attenzione sia attraverso l'adeguamento alle norme nazionali, su cui si ha l'obbligo di operare in modo da plasmarle sulla situazione piemontese, sia attraverso il continuo monitoraggio dei sistemi, il loro adeguamento alle nuove tecnologie e alle mutevoli richieste del "mercato dell'etichetta", con particolare attenzione al dialogo con i sistemi complessi della GDO, ma anche con quelli più semplici e più eterogenei del dettaglio tradizionale.

Occorre che i titolari dei disciplinari di etichettatura volontaria gestiti dalla componente agricola abbiano a disposizione degli strumenti in grado di stimolare il mercato ad utilizzare i sistemi di etichettatura volontaria del prodotto al fine di differenziare la produzione d'eccellenza degli allevamenti del Piemonte.

L'altro aspetto riferibile all'etichetta del prodotto, è quello relativo alle informazioni nutrizionali. Sempre più spesso si vedono le tabelle nutrizionali sui più svariati prodotti alimentari. La possibilità

di informare il consumatore in tal senso potrebbe finalmente rivalutare sul mercato la carne bovina, che troppo spesso viene indicata come prodotto alimentare ad alto contenuto di grassi e di colesterolo; tali affermazioni sono state smentite da numerose pubblicazioni scientifiche.

In prospettiva si può evidenziare come la comunicazione delle caratteristiche nutrizionali possa essere una grande opportunità, soprattutto in relazione al contenuto in grassi (quantità e qualità) ed in colesterolo.

Le tematiche di ricerca e sviluppo andrebbero orientate in tal senso, al fine di migliorare le conoscenze relative agli aspetti nutraceutici della carne indotti dalla genetica e dalle tecniche di allevamento e di alimentazione e permetterne l'applicazione mediante i disciplinari. Tali conoscenze sulle caratteristiche nutraceutiche del prodotto e dei processi, oltre che a colmare gravi lacune di informazione sui margini di miglioramento ed ottimizzazione nei diversi aspetti tecnici ed economici, costituiscono un insieme di elementi di distinzione della produzione di carne e di valorizzazione presso i consumatori.

## 2. PROMOZIONE DEL PRODOTTO.

La promozione del prodotto piemontese è un aspetto fondamentale per aprire nuovi spazi di mercato e consolidare quelli che i produttori si sono guadagnati nel corso degli anni.

Senza un'adeguata promozione, legata all'identificazione del prodotto, si corre il rischio di entrare in una competizione molto pericolosa basata esclusivamente sul fattore del prezzo, situazione assolutamente da evitare visti gli elevati costi di produzione che gli allevamenti piemontesi si trovano a dover affrontare.

L'Italia è uno dei principali Paesi importatori di carne bovina a livello mondiale. In questo contesto il Piemonte, grazie ad una cultura ancora legata alla tradizione ed alla presenza della razza Piemontese sul territorio, ad oggi non ha ancora raggiunto le percentuali di approvvigionamento di carne dall'estero tipiche di altre zone del Paese. Risulta tuttavia di fondamentale importanza mantenere un equilibrio tra autoproduzione e approvvigionamento tale da garantire agli allevatori la possibilità di programmare al meglio la produzione, e ai consumatori la sicurezza alimentare data dal sistema dei controlli della Regione Piemonte riconosciuto unanimemente all'avanguardia a livello europeo.

Per far sì che il consumatore acquisti carne allevata in Piemonte è dunque necessario supportare i programmi di promozione legati allo sviluppo dei progetti di etichettatura volontaria del prodotto gestiti dalla componente agricola della filiera.

Per quanto riguarda nello specifico la Razza Piemontese l'ottenimento dell'Indicazione Geografica Protetta (IGP) "Vitellone Piemontese della coscia" sarà sicuramente un utile elemento di segmentazione del mercato.

La comunicazione, la promozione e la pubblicità devono essere finalizzate ai progetti esistenti, o che verranno posti in essere, di tracciabilità volontaria e di certificazione del prodotto ed a condizione che protagonisti degli stessi siano i produttori; è invece da ritenersi inutile e persino dannosa quella comunicazione aspecifica a sostegno di un generico consumo di carne bovina; tale ipotesi oltre a suscitare forti dubbi sulla sua efficacia, non è in grado di modificare i rapporti di forza tra i produttori e gli altri attori della filiera.

## 3. SEGMENTAZIONE DEL MERCATO E DIVERSIFICAZIONE DELL'OFFERTA

Gli spazi di mercato già conquistati (vendita di capi interi, mezzene e quarti al dettaglio tradizionale, alla GDO ed a parte della ristorazione collettiva) non sono ancora saturi, ma sono già discretamente presidiati su buona parte del territorio nazionale. Di qui la necessità di esplorare nuovi mercati e nuovi prodotti: se già esistono iniziative riguardanti l'atmosfera modificata e i prodotti stagionati e trasformati, è necessario guardare con attenzione alle possibilità della carne surgelata, soprattutto in riferimento alla ristorazione collettiva (in Europa, Italia esclusa, il 90%

della carne per la ristorazione collettiva è surgelata) e conseguentemente alla ristorazione ed alle gastronomie.

Vanno curate con attenzione tutte le molteplici linee di offerta finalizzate a mercati specifici: spacci aziendali e spacci cooperativi, dettaglio tradizionale, dettaglio specializzato tipo gastronomie, e-commerce, mense, bar e ristorazione che costituiscono lo zoccolo duro della stessa immagine della Razza Piemontese,.

Pur nella necessaria salvaguardia della propria tradizione, il sistema produttivo della carne bovina di Razza Piemontese deve maggiormente aprirsi alle innovazioni tecnologiche che spesso sono applicate solo su altre tipologie di prodotto quali le carni avicunicole il cui basso valore per unità di peso non giustificherebbe gli enormi investimenti sulla trasformazione ed il packaging. Nel campo dell'innovazione tecnologica connessa alla trasformazione e packaging esistono realtà significative per quanto attiene il confezionamento in atmosfera modificata (ATM) e la trasformazione del prodotto (quali, bresaole, altri salumi, pasta ripiena, vasettame); sono però possibili ancora forti sviluppi in termini di di progettualità sul porzionato sottovuoto di carne fresca e sui prodotti pronti da cuocere.

#### 4. FILIERA OGM FREE ED ALLEVAMENTI ESTENSIVI

La GDO già da qualche anno sta proponendo al consumatore carne OGM free con certificazione relativa agli alimenti utilizzati in allevamento. Trattasi di un canale commerciale di sicuro interesse che in futuro potrebbe rappresentare uno sbocco in più per la carne prodotta in Piemonte, in coerenza con quanto indicato al punto 3.

Attualmente le proteine con certificazione OGM free sono l'elemento nutrizionale di più difficile reperibilità, ed incidono in modo consistente sui costi di alimentazione del bestiame. Nella predisposizione di una filiera con tale caratteristica occorre considerare che la possibilità di successo dell'iniziativa è tanto più elevata se il modello di allevamento da trasformare è caratterizzato da un sistema di alimentazione tradizionale, che non necessita di un massiccio approvvigionamento di proteine dal mercato ma che produce una quota consistente di proteine aziendali. Questo aspetto tecnico è ancor più accentuato in presenza di vacche nutrici e vitelli – razza Piemontese - allevati al pascolo con ciclo produttivo naturale che hanno esigenze di integrazione proteica limitata.

L'obiettivo è la creazione di una filiera zootecnica che non utilizza OGM, caratterizzata da un ciclo produttivo compatibile con l'ambiente, in grado di conservare il paesaggio rurale tradizionale, la biodiversità e di fornire al consumatore dei prodotti salubri e di elevata qualità; occorre allora rivalutare i foraggi di leguminose per il consumo fresco e soprattutto per il consumo secco, che sono stati quasi abbandonati dagli allevatori: Erba medica, trifoglio, veccia ecc., rappresentano una fonte proteica ottimale anche in associazione con le graminacee.

Occorre quindi incentivare le aziende che intendono coltivare leguminose foraggere permanenti (prati stabili) ovvero in associazione con le graminacee (prati stabili bifiti, prati-pascoli, pascoli) L'iniziativa potrebbe essere interessante per il raggiungimento degli obiettivi ambientali e paesaggistici richiamati in precedenza, nonché per limitare le concimazioni minerali azotate.

Per il mantenimento e la manutenzione delle praterie quale elemento di contrasto al dissesto idrogeologico occorre utilizzare appieno le risorse foraggere (prati, pascoli, prati avvicendati, erbai); una disponibilità pabulare cospicua è base necessaria ad una zootecnia estensiva, sia sotto forma di foraggio verde che foraggio affienato. La manutenzione ambientale non può essere soggetta alla sola attività zootecnica, ma bensì è opportuno sia incentivata per se stessa, in tal modo genererà indirettamente sviluppo zootecnico.

Si rendono quindi necessari interventi che hanno per oggetto l'adeguamento e la ristrutturazione delle aziende:

a) adeguamento delle strutture e delle attrezzature e degli allevamenti finalizzato all'introduzione od all'incremento del numero di capi di bestiame da carne, con trasformazione delle aziende nel modello pastorale;

b) redazione e realizzazione di Piani pastorali per razionalizzare l'utilizzo delle risorse foraggere (affitto e gestione dei pascoli) e per la costruzione di ricoveri a minimo immobilizzo di capitale, funzionali all'allevamento semibrado;

c) la creazione di aziende pastorali quale strumento per la tutela dell'ambiente, la conservazione delle risorse naturali e la garanzia del benessere animale;

Le aziende pastorali possono diventare il modello produttivo di riferimento, applicabile per la riconversione degli allevamenti da ristallo in allevamenti da riproduzione con le stesse razze francesi da carne attualmente allevate, al fine di stabilizzare economicamente questo tipo di produttori e sfruttare razze bovine a forte vocazione pastorale che richiedono scarsa manodopera a fronte di produzioni di elevata qualità.

#### 5. RAZIONALIZZAZIONE E MIGLIORAMENTO DELLA PRODUZIONE

Poiché occorre partire dalla domanda, dopo aver provveduto alla segmentazione del mercato, è necessario razionalizzare l'offerta attualmente piuttosto disorganizzata. A questo proposito si deve intervenire sulla gestione dei flussi di prodotto, in modo da fornire indicazioni sia ai produttori per una programmazione basata su analisi di mercato e previsioni di vendita, sia alla rete vendita sul fronte della commercializzazione, con pianificazione delle promozioni intesa come offerte lancio, anche suggerendo l'applicazione di quelle metodiche di vendita utili a gestire i volumi (maggior o minore spazio, rotture di stock, posizionamento e prezzo).

In questo senso i 25.000 capi annui gestiti dai Consorzi di valorizzazione e dalle Associazioni produttori non hanno segreti e i flussi di prodotto possono essere monitorati, previsti e indirizzati, anche in relazione alle diverse attività, ai diversi clienti e alle diverse aree di vendita.

Esistono ancor oggi enormi spazi di miglioramento della produzione. Il costo del chilogrammo di bovino vivo prodotto ha ancora oscillazioni intorno all'euro tra le migliori e le peggiori aziende.

L'assistenza tecnica specialistica ha già prodotto eccellenti risultati, ma può ancora migliorare di molto, soprattutto nell'ottica di contenere la criticità riguardante gli elevati costi di produzione, senza compromettere la qualità del prodotto finale. Ulteriori sforzi possono inoltre essere realizzati allo scopo di mitigare l'impatto ambientale dell'allevamento bovino e valorizzare ed incrementare le esternalità positive: un sistema di allevamento ed un processo produttivo perfettamente compatibili dal punto di vista ambientale sono strumenti essenziali per la conservazione del paesaggio rurale, dei pascoli in particolare e per garantire la biodiversità. Ambienti dove offrire al consumatore degli alimenti di elevata qualità, che, sia come prodotto sia per le caratteristiche del processo produttivo, identificano il territorio e lo valorizzano secondo gli attuali indirizzi di politica agricola comunitaria e gli sbocchi di mercato dagli stessi determinati.

#### 6. L'ALLEVAMENTO DELLA VACCA NUTRICE DI RAZZE FRANCESI IN PIEMONTE

Seppur numericamente non molto rappresentativo nella realtà produttiva piemontese, l'allevamento di vacche nutrici di razze francesi riveste, nella nostra Regione, un ruolo importante che potrebbe ulteriormente crescere nei prossimi anni.

È noto come in Piemonte annualmente vengano allevati ed ingrassati un numero notevole di capi di razze francesi importati in età comprese tra i 4 e i 12 mesi di vita. -Questa filiera è nata e si è sviluppata nel corso degli anni grazie alla capacità, sia numerica che qualitativa, degli allevamenti francesi di soddisfare la domanda della filiera italiana di avere a disposizione giovani bovini da utilizzare per la produzione di carne bovina. Le razze autoctone italiane infatti, non sono mai state in grado di coprire il fabbisogno nazionale in quanto nel corso degli anni si è progressivamente abbandonato, per varie ragioni, l'allevamento della vacca nutrice specializzata da carne nella pianura padana.

Da alcuni anni la filiera produttiva franco – italiana della carne bovina è entrata in una fase di crisi progressiva che sta continuando tutt'ora e che ha già portato ad una riduzione preoccupante del numero di capi allevati nella nostra Regione. La causa principale è il costo dei capi da ristallo che è aumentato sensibilmente e di conseguenza, accresce i costi di produzione che gli allevamenti piemontesi devono sostenere. L'aumento dei prezzi dei vitelli da ristallo francesi è sostanzialmente dovuto a due fattori: da una parte è cresciuta la domanda interna (francese) perchè sono aumentati gli allevamenti specializzati nell'ingrasso dei bovini da carne, dall'altra la redditività degli allevamenti di vacche nutrici è progressivamente diminuita, anche per le difficoltà generate dalle crisi sanitarie degli ultimi anni ed è diminuito il numero di vacche ed è quindi diminuita la disponibilità di vitelli.

La dipendenza del nostro mercato dalla produzione di ristalli francesi è un fattore penalizzante per gli allevatori che non riescono a contenere i già alti costi di produzione.

Una soluzione alternativa all'allevamento dei bovini da ristallo di razze francesi potrebbe essere la produzione di vitelli di queste razze sul nostro territorio. Occorre incentivare l'allevamento di vacche nutrici delle migliori razze francesi (Blonde d'Aquitaine, Limousine e Charolaise), che sono già allevate con ottimi risultati in alcuni allevamenti piemontesi, per avere a disposizione dei bovini da ristallo che per conformazione e performance produttive, potrebbero sostituire i capi importati con una notevole diminuzione dei costi e quindi un risparmio netto per gli allevatori.