

“FILIERA CARNI BOVINE DELLE AREE INTERNE DI SICILIA”



“PROGETTO”

INDICE

- 1) Il Distrettopag. 1
- 2) Coerenza del Patto con la Programmazione Comunitaria,
Statale, Regionale e Territoriale.....pag. 67
- 3) Analisi di contesto del mercato..... pag. 87
- 4) L'analisi SWOT.....pag. 137
- 5) Relazione sulla realtà produttiva del distretto.....pag. 146
- 6) Piano finanziario.....pag. 153
- 7) Relazione esplicativa del Piano finanziario.....pag. 154
- 8) Verbale sottoscrittori.....pag. 159
- 9) Capacità di determinare un valore aggiunto per il distretto...pag. 173
- 10) Elenco sottoscrittori

IL DISTRETTO

L'azione delle Regioni sul fronte dei distretti è stata frenata da un blocco culturale che affonda in fattori più profondi dell'effetto sorpresa e del semplice deficit di immagine o di rappresentanza. Molti si sono chiesti e continuano chiedersi "*perché una politica per i distretti?*". E' una domanda alla quale si può rispondere rispetto a due diverse prospettive: *i)* gli interventi in senso lato per il consolidamento dei distretti esistenti e *ii)* gli interventi per la creazione di nuovi distretti.

Nel primo caso le perplessità sono legate a precisi dati di fatto. Prendiamo i distretti del Centro Nord; sono aree tra le più sviluppate del Paese, con elevati livelli di PIL pro capite, buoni standard di qualità della vita e bassi tassi di disoccupazione; la redditività delle imprese, che sovente detengono quote da leader nei mercati internazionali, sovrasta spesso quella dei concorrenti. In pratica, ci si chiede che bisogno c'è di erogare incentivi se le imprese sono competitive e dinamiche. Il dubbio è legittimo.

Per quanto riguarda i nuovi distretti, siamo su un campo diverso; qui ci sono presupposti oggettivi (squilibri territoriali, svantaggi, deficit di infrastrutture...) ma mancano supporti, teorici ed empirici, sul fatto che i distretti si possono effettivamente creare con interventi *ad hoc*. In ogni caso, questo è quanto si è cercato di fare, in alcuni casi, con gli strumenti della contrattazione negoziata – primo fra tutti con i patti territoriali - , laddove essi, al di là della formalizzazione del percorso e quindi all'ottenimento del riconoscimento dello status di "distretto", sono riusciti ad attivare politiche e processi relazionali che hanno di fatto, costruito i presupposti per la successiva attuazione di politiche distrettuali.

In effetti, pensando ai problemi dei distretti oggi in Italia (tanto quelli già affermati che quelli in fase di gestazione), le leve più efficaci a disposizione di Governo e Regioni sono probabilmente gli interventi in infrastrutture, la semplificazione burocratica e l'alleggerimento della pressione fiscale.

Questa prima constatazione spinge nella direzione di farci ritenere che esistono ottime ragioni per attuare una politica territoriale per distretti e, bene ha fatto l'Assessorato Regionale alla Cooperazione, superando dubbi e perplessità ma anche

freni di tipo “culturale” ad intraprendere il processo di distrettualizzazione dell’economia siciliana.

Passiamo ora a prendere in esame, riservandoci successivamente di approfondirli in una logica di piena contestualizzazione territoriale, quelli che, studiosi ed esperti di livello nazionale ed internazionale, ritengono essere i due requisiti necessari perché si possano sviluppare sistemi distrettuali.

Il primo requisito è costituito dall’accessibilità della ricerca e dalla possibilità di collegamento con strutture scientifiche e universitarie, ed il secondo requisito è dato da quello che viene definito come la “qualità del contesto”.

Questa nostra elaborazione, cercherà di dimostrare come tutti e due i prerequisiti siano stati, di fatto, presi in rassegna e scandagliati attentamente e quindi si sia, nello specifico, per ognuno di essi riusciti a creare dinamiche positive.

Le dinamiche distrettuali

In questi sistemi succedono strane alchimie, un fenomeno che ha colto di sorpresa molti economisti ed è, ancora in gran parte, purtroppo, tuttora sostanzialmente ignorato dai responsabili delle politiche centrali.

Nei distretti la competitività non è solo un fatto interno alle imprese; questa dipende dalla ricchezza delle relazioni di subfornitura, dalle esperienze e dalla mobilità dei lavoratori, dalla presenza di una rete di servizi ausiliari specializzati e, più generale, dalla particolare atmosfera che si crea a livello locale (senso di identità, concorrenza, spirito di emulazione,...).

Gli Enti locali, le Agenzie di Sviluppo Locale, i Consorzi, gli Istituti Professionali, le Università, le associazioni di categoria sono già adesso in grado di prendere molti provvedimenti in questo senso; strumenti come gli Sportelli Unici per le Attività Produttive, i piani regolatori, gli investimenti nelle reti di comunicazione, gli accordi sindacali territoriali e le iniziative nel campo della formazione sono solo alcuni esempi del modo in cui l’azione politica locale, è riuscita in questi anni, su gran

parte del territorio delle aree interne di Sicilia a creare un contesto favorevole allo sviluppo delle imprese.

Tutto questo è avvenuto perlopiù in modo occasionale, spesso forzando un quadro normativo frammentario, disegnato con preoccupazioni diverse e, soprattutto, senza una chiara finalizzazione e un adeguato apporto di risorse.

Se l'obiettivo (o uno degli obiettivi) delle politiche industriali che si vuole perseguire con il recente decreto consiste nel creare un sistema industriale più competitivo, *non si vede perché proprio dalle aree interne della Sicilia non possa partire un programma-processo che, facendo leva sull' "effetto distretto", miri a tonificare la competitività delle imprese.*

In tal senso riteniamo che quanto sedimentatosi in questi ultimi anni con le **politiche** di programmazione negoziata prima e con le **esperienze** di progettazione integrata dopo, rappresenti lo snodo e la piattaforma centrale sulla quale poter incardinare la "creazione del distretto" e costituiscano, quindi, di fatto, le condizioni necessarie ma non sufficienti per poter costruire ipotesi distrettuali di successo.

Potremmo altresì affermare riprendendo quanto elaborato in proposito da Carlo Trigilia che " *...il distretto rappresenta una forma di sviluppo locale in cui le economie esterne sono alimentate da dotazioni originarie, sedimentatesi storicamente, di risorse tangibili e intangibili. Tra queste vanno ricordate le tradizioni di saper fare locale, che sostengono l'imprenditorialità e l'offerta di lavoro qualificato: un fattore essenziale per organizzare una complessa divisione del lavoro tra imprese specializzate nelle diverse fasi del processo produttivo.*

Il contesto territoriale che ha promosso e dato vita al Distretto, presenta in tal senso, una forte caratterizzazione in termini di mantenimento delle tradizioni produttive locali legate appunto alla filiera della carne bovina, oltre a presentare un contesto sociale e politico maturo e fortemente integrato, e quindi capace di offrire da un lato i beni collettivi necessari per la crescita e l'affermazione del Distretto e dall'altro di esprimere al meglio il protagonismo dei soggetti sia individuali che collettivi presenti sull'intero territorio.

Riprendiamo a questo punto, esplicitandoli, i due requisiti necessari per la creazione e la buona riuscita di un Distretto,

requisiti sui quali, come abbiamo accennato, concordano i maggiori studiosi nazionali ed internazionali, da Becattini a Rossi a Trigilia, da Portes a Streeck.

Accessibilità della ricerca:

Per dirla con Trigilia, l'accesso alla ricerca e le possibilità di collegamento con strutture scientifiche ed universitarie, diventa per i distretti, *“una risorsa, un bene collettivo, fondamentale sia per il continuo aggiornamento tecnologico, sia per la disponibilità nell'area di personale altamente qualificato che alimenta un mercato del lavoro locale, con frequenti passaggi fra attività scientifiche e formative e impegni nel settore delle imprese”*.

Generalmente, gli attori scientifici, svolgono un ruolo fondamentale per lo sviluppo del sistema produttivo locale, contribuendo, per via indiretta anche alla crescita di “reti personali”. Tali reti assieme alla costruzione delle cosiddette “comunità professionali”, sono fondamentali per la vita di un distretto, in quanto contribuiscono notevolmente alla circolazione delle informazioni, allo sviluppo di modalità di conoscenza tacita, alla costruzione della **fiducia locale**, alla formazione di personale adeguatamente qualificato.

Altro aspetto parimenti decisivo per la buona riuscita di un distretto è legato alla presenza di strutture ed enti formativi più o meno istituzionali, in grado di assicurare nel tempo, un'adeguato supporto di carattere tecnico-formativo al tessuto produttivo presente nell'area.

Qualità del contesto:

Con questo termine si tende a rappresentare la capacità di un determinato contesto territoriale ed in particolare, dei soggetti istituzionali che lì vi operano, di **riuscire a produrre intenzionalmente beni collettivi attraverso processi di cooperazione efficace**.

In genere questo tipo di qualità, si riscontra più facilmente in città di piccole e medie dimensioni ed in quei contesti territoriali meno urbanizzati, laddove cioè quella che viene definita dai più come “l'atmosfera”, si presenta più a misura d'uomo ed i rapporti e le relazioni con le istituzioni che le governano sono

più accessibili e comunque meglio identificabili e quindi più facilmente raggiungibili.

A quest'ultimo aspetto è correlato un'importante concetto che, in qualche modo sintetizza al meglio un'altra pre-condizione indispensabile e necessaria per una buona riuscita delle politiche e delle logiche di distretto: **il sapere contestuale**.

Con questo termine si vuole rappresentare la capacità di un territorio di riuscire a costruire, nel tempo, attraverso stratificazioni successive, capitali di conoscenza che si accumulano e vanno ad alimentare processi di apprendimento collettivi.

In queste iniziali considerazioni e nell'assunto che il problema centrale delle politiche per i distretti sta nel fatto che una parte consistente delle alchimie che rafforzano la competitività delle imprese ("l'effetto distretto") è riconducibile ad azioni ed interventi per i quali non è sufficiente una buona gestione delle funzioni ordinarie degli attori locali, possiamo sintetizzare le motivazioni che ci hanno spinto alla creazione del **Distretto Produttivo della "Filiera delle carni bovine delle aree interne di Sicilia"**.

Dal sistema Territoriale alle politiche di Distretto.

Un nodo particolarmente controverso delle politiche per i distretti riguarda i contenuti. Come abbiamo cercato di esporre sinteticamente, le politiche per i distretti si giocano su più fronti: la formazione di base e quella professionale, le strade,

l'immagine e il marketing territoriale, i consorzi per il credito e per la promozione, gli interventi sui sistemi di qualità, la ricerca, la diffusione delle applicazioni informatiche e telematiche, la regolazione dei mercati delle *utilities*.

Una buona politica per i distretti si sostiene su tutto l'insieme delle azioni che a livello locale possono rafforzare la competitività delle imprese: dal programma dei corsi degli Istituti Professionali alle aree attrezzate per le imprese, dai consorzi per la ricerca alla collaborazione con le università, dagli accordi sindacali ai laboratori per la certificazione, dalle campagne promozionali allo sviluppo di applicazioni telematiche di filiera.

La politica per i distretti è, per sua natura, una politica quadro. Il fatto importante non sta nel definire un certo numero di strumenti e di beneficiari ma nelle *modalità di intervento*; una politica per i distretti è fondamentalmente una politica centrata sui territori, secondo un approccio "*bottom up*"; è una applicazione sistematica e generalizzata a tutti i campi di intervento del principio di sussidiarietà.

La politica per i distretti è per dirla con Becattini, *un intreccio di progetti di vita*, pensati e messi in opera dalle persone in essa presenti, essa non esiste, non ha consistenza e spessore, senza le persone che vi abitano e che la raccontano. Dunque il meccanismo economico è fatto sì di *tecniche, di mercati, di calcolo e di altri automatismi* a cui viene delegata una parte importante dei problemi da risolvere, ma questo meccanismo non è tutto: negli spazi – grandi o piccoli – lasciati aperti dai vincoli e dagli automatismi, il mondo economico prende forma e assume significato attraverso i desideri delle persone che lo abitano (Bonomi).

Analoghe dinamiche potremmo osservare tentando un parallelo tra distretto e capitalismo; volendoci, appunto, avventurare in un rapido parallelismo possiamo affermare che il *capitalismo in generale esiste forse nei modelli astratti, elaborati dalla mente dell'economista, ma nella realtà incontriamo i singoli capitalismi nazionali e/o regionali, i singoli sistemi locali, le singole imprese*.

Avremo cioè tante varianti, tutte diverse, tutte fortemente intrecciate e non separabili dalle storie delle persone e degli attori locali – istituzionali e non – che le hanno costruite e volute. Nessuna norma o principio economico generale ci

aiuterebbe a capire in che modo queste costruzioni uniche, articolate e complesse riescono a svolgere la loro funzione: generare valore economico, usando la loro unicità e l'unicità del contesto come risorsa essenziale.

Queste ultime considerazioni, ci hanno spinto oramai da alcuni anni, alla “costruzione” di un processo di sviluppo, nel quale, elementi quali la piccola impresa, le politiche di distretto, l'imprenditorialità diffusa non possono essere capiti e messi realmente in valore senza passare per l'immaginazione, i desideri e i racconti delle persone che quel sistema hanno costruito passo per passo, seguendo gli impulsi personali e sollecitando opportunità latenti.

Un processo aperto e fortemente partecipato, all'interno del quale, *la produzione di valore economico non è solo il risultato di un meccanismo ingegneristico che, mettendo in moto una catena di lavorazioni, trasforma risorse naturali e fattori produttivi in prodotti finiti ed è solo ordinato da tecnologie, calcoli e mercati (Bonomi-Rullani).*

Abbiamo voluto cioè definire prima e costruire dopo un orizzonte di senso che possa dare valore e significato a quello che si fa, ai rischi che si assumono, agli impegni che si prendono, che possa dare spessore e valore al “prodotto” grazie anche all'unicità ed alla irripetibilità del contesto territoriale che lo circonda e lo avvolge.

Ed in questo orizzonte di senso, tecnica e calcolo non sono tutto. Guardando al territorio da vicino ed alle iniziative ed all'interazione delle persone che lì vivono, *tecnica e calcolo non scompaiono, non vengono perse di vista, ma sicuramente appaiono meno totalizzanti, lasciando maggiore spazio di manovra alle persone, alle loro culture, alle loro intelligenze, alle loro capacità, alla loro rete di relazioni, a quello che potremmo definire i percorsi di iniziativa personali-territoriali. (Rullani).*

La sfida che abbiamo davanti e che in qualche modo il territorio che ha dato vita al **Distretto Produttivo della “Filiere delle carni bovine delle aree interne di Sicilia”** ha voluto raccogliere sta proprio nella capacità di saper e poter coniugare – la potenza impersonale della tecnica e l'intelligenza personale degli uomini -, l'azienda sistema chiuso che agisce a

prescindere ed in assenza di contesto e l'azienda-territorio che, è figlia del proprio humus territoriale, che si fonde con il paesaggio che la circonda facendosene pienamente interprete e promotrice verso l'esterno.

Un territorio nel quale le aziende rappresentino *nodì di una rete produttiva e valoriale in grado quindi di elaborare collettivamente, strategie, programmi, progetti in cui le economie di scala si attuano sincronizzando i comportamenti ed i saperi di molte persone. Una rete territoriale abbastanza grande e ricca di singole specializzazioni da poter competere con il mercato e con l'organizzazione.*

Questo è quello che, con grande intelligenza e lungimiranza, studiosi ed esperti di grande levatura internazionale, hanno definito il cosiddetto “**capitalismo di territorio**”, elemento quasi unico nell'intero panorama internazionale e fortemente distintivo della nascita e dell'affermazione dei distretti nel nostro paese.

Oggi però, rispetto al passato anche recente, la novità su quanto precedentemente argomentato stà nel fatto che al protagonismo delle singole imprese che si qualificano oramai come vero architrave del modello italiano si vada sempre più affiancando una loro proiezione territoriale, dove la proiezione internazionale non avviene a discapito di una forte ed evidente frattura tra famiglia, territorio e impresa, tra agricoltura, manifattura, turismo ed economia dei servizi.

Il “Distretto” e la “variabile ambiente”

Tutta la storia recente e non, dei e sui distretti, è stata sempre caratterizzata dall'emergere di una forte contrapposizione fra le logiche e le dinamiche proprie dell'economia di mercato con le sue regole ferree e la necessità di registrare economie fortemente attive, da un lato, e la doverosa azione di tutela e

salvaguardia ambientale e di riduzione dei fattori fortemente inquinanti dall'altro.

Quando si parla dei distretti, l'immagine prevalente che viene agli occhi è quella di aree fortemente degradate dal punto di vista dei fattori inquinanti (rumorosità, emissioni,) , porzioni di territorio in cui alle logiche di mercato si è dovuto sacrificare il principio non solo di sostenibilità ma almeno di compatibilità ambientale.

In questo senso riteniamo qui utile richiamare almeno idealmente il dibattito che, in questi anni, sul tema si è avuto ed in tal senso riprendere alcuni passi del **Rapporto che Legambiente** d'intesa con l'Ente Fiera di Padova, hanno condotto sull'argomento.

Le problematiche ambientali dei distretti industriali

Da indagini effettuate sugli impatti ambientali nei distretti (M. Cibir, Indagine sulla gestione ambientale d'impresa nel triveneto, Feem, 2000) è emerso che gli impatti a cui viene attribuita maggiore rilevanza da parte delle imprese sono la produzione di rifiuti e il consumo di energia.

La motivazione deve essere ricercata nel fatto che questi impatti rappresentano per le aziende una percentuale considerevole dei costi operativi d'impresa.

Da indagini effettuate anche dal nostro istituto di ricerche risulta che le imprese tendono a sottovalutare le altre problematiche ambientali, che in alcune aree sono rilevanti, quali ad esempio le emissioni in atmosfera, gli odori molesti, gli impatti del sistema dei trasporti locale.

Questo anche a causa dello scarso attivismo delle comunità locali nel mettere in rilievo questi fattori.

Sia dalla ricerca citata che dalle esperienze dirette di chi scrive, emerge inoltre che sono le leggi nazionali e internazionali che orientano in modo decisivo le azioni di tutela ambientale.

Nella ricerca della Feem relativa alle sole aree del triveneto è stato rilevato, nel caso di comunità locali, che solo nell' 11% dei casi queste rivestono un ruolo di pressione rilevante o molto rilevante. Sorprende anche che solo il 14% del campione considera importante la pressione proveniente dai clienti.

Tale dato infatti non è coerente con l'alta percentuale di produzione esportata in Europa e con la maggiore consapevolezza ambientale dei consumatori e delle imprese in questi paesi.

Gli altri fattori ambientali che sono riconducibili all'attività dei distretti sono i seguenti:

□ incremento dell'occupazione di suolo per gli stabilimenti e le aree industriali, che nelle aree del Nord Italia ha già raggiunto livelli prossimi alla saturazione;

□ aumento degli spostamenti casa-lavoro con l'utilizzo dell'auto privata, con una conseguenza notevole sui consumi di energia nazionali e sulle conseguenti emissioni in atmosfera;

□ l'aumento dell'utilizzo della gomma per il trasporto delle merci, con le connesse problematiche legate ancora una volta ai consumi di energia, alle emissioni e all'occupazione di suolo richiesto per la realizzazione di nuove arterie stradali;

□ un aumento medio nazionale dell'uso dell'acqua per usi industriali molto spesso ancora prelevata dalla falda idrica.

Gli strumenti a disposizione dei distretti per l'innovazione Ambientale.

La soluzione dei problemi evidenziati in precedenza si può realizzare se "variabile ambiente" diventerà per l'industria Italiana un importante fattore di competitività. Al fine di permettere un controllo totale degli impatti ambientali connessi alle produzioni dovrebbe essere dato ampio spazio alla ricerca continua delle tecnologie più avanzate, non dimenticando la qualità dei prodotti e dei processi.

Nasce così la necessità di rafforzare l'integrazione tra Ambiente, Sicurezza, Qualità ed Etica d'impresa, nella piena convinzione che il miglioramento della competitività aziendale possa essere attuato razionalizzando le attività e misurandosi con un'ampia gamma di variabili, di cui fanno parte anche le

prestazioni del prodotto dal punto di vista del suo impatto ambientale.

Le imprese localizzate nei distretti industriali italiani dovrebbero quindi dotarsi di strumenti adeguati, nei quale rientrano l'efficienza delle produzioni e la qualità della fornitura, ma anche la condivisione di valori, la salvaguardia dell'ambiente e la sostenibilità dello sviluppo.

Accanto alla cultura della qualità dei prodotti e dei processi, dovrebbe aumentare l'impegno a produrre in maniera più responsabile e rispettosa nei confronti sia dell'ambiente sia della salute e la sicurezza dei lavoratori.

Un'ulteriore fattore di successo delle politiche ambientali dei distretti dovrebbe essere un buon rapporto con le comunità locali e tutti i soggetti interessati alle prestazioni ambientali delle imprese (autorità locali, clienti, fornitori).

E' proprio nell'ambito dei sistemi produttivi locali che le imprese e i loro rappresentanti dovrebbero agire mediante efficaci azioni di comunicazione, di sensibilizzazione, di trasparenza relativa ai propri dati ambientali. In questi contesti, la capacità del sistema distrettuale di gestire i rapporti con i propri interlocutori è determinante ai fini della garanzia delle proprie prospettive di sviluppo e crescita competitiva.

Le superiori considerazioni e la volontà di muoversi non in rispetto ma in perfetta sintonia con il contesto territoriale, il paesaggio e l'ambiente ci hanno spinto nella direzione di “ricercare” la possibilità di porre in essere politiche di sviluppo distrettuali che vedano l'ambiente non come una criticità ma come un grosso punto di forza dell'intero sistema distrettuale.

Anzi, per noi il “distretto delle carni” diventa per certi versi lo strumento per porre rimedio e per ovviare al rischio di lunghe e pericolose derive con connessi deficit ambientali tipiche dei modelli produttivi e di sviluppo sotto stress della competizione globale.

Il “Distretto” rappresenta il modello organizzativo che riesce a coniugare felicemente, politiche di salvaguardia ambientale e principi di sostenibilità con le necessarie economie di scala e con i principi di accumulo finanziario.

Il “Distretto” in questa nostra particolare accezione, travalica i “semplici” aspetti organizzativi-gestionali-finanziari, tipici dei distretti in genere e sui quali in precedenza ci siamo soffermati per assumere una nuova valenza, per incarnare un nuovo messaggio e una nuova proposta: il sistema territoriale-rurale che diventa distretto o se si preferisce il distretto che si allarga fino ad inglobare al suo interno, non solo i beni materiali ma quelli immateriali, non solo la rete fisica ma quella “valoriale”, non solo alcune strutture fisiche ma l'intero paesaggio, l'intero contesto rurale, l'intera comunità.

Noi non sappiamo se, questa nuova ed avanzata concezione “distrettuale”, rappresenti adeguatamente il profilo del “modello” pianificato dai redattori del decreto con il quale l'Assessorato Regionale alla Cooperazione, ha positivamente rimesso al centro del dibattito, nell'ambito di un'azione volta a facilitare un processo di internazionalizzazione dell'economia siciliana, il nodo delle politiche di distretto.

Certo è che per quanto ci siamo sforzati di rappresentare in questo documento programmatico, il **Distretto Produttivo della “Filiera delle carni bovine delle aree interne di Sicilia”**, se guardato con gli occhi della tradizione, se comparato con quanto è avvenuto in altre aree del paese, rappresenta per molti versi, proprio per la grande forza innovatrice della proposta, **un nuovo distretto.**

Un **nuovo distretto** laddove ad una limitata porzione più o meno “industriale” di un territorio noi proponiamo il concetto di distretto dilatato, in grado di contenere una vasta area rurale.

Un **nuovo distretto** laddove ai principi della forte concentrazione verticale noi proponiamo un'altrettanta forte integrazione orizzontale-verticale.

Un **nuovo distretto** laddove alla validità competitiva della formula – piccola impresa in rete – integriamo la facoltà di poter utilizzare risorse diffuse distribuite sul territorio, puntando sui

vantaggi dell'organizzazione flessibile, qual è appunto quella della "famiglia agricola" e sul decentramento.

Un **nuovo distretto** laddove la questione della cosiddetta "variabile ambientale" ed il rapporto fra questa e l'esigenza di produrre reddito assumono un nuovo significato ed una nuova forza, quella della piena integrazione e della piena sostenibilità ambientale.

La Filiera Produttiva

Aziende produttrici ed occupazione

In Italia, la commercializzazione delle carni si inserisce in un circuito di produzione, macellazione e trasformazione. Tra i principali operatori del settore suino e bovino è cresciuta l'esigenza di controllare direttamente o con accordi con gli allevatori parte della produzione di carne bovina, al fine di creare un prodotto finito qualificato, garantito da precisi e rigidi capitoli di produzione, destinato ad un consumatore in grado di apprezzare una qualità superiore della carne nazionale. In particolare dal 2002, anno in cui è scoppiato lo scandalo "mucca pazza", si è sviluppata l'esigenza di certificare la provenienza della carne attraverso un sistema di identificazione e rintracciabilità, richiesto sia dal trade, che dal consumatore.

Nel 2004 l'Istat stima 2.665 imprese per la macellazione bovina, suina, equina e ovicaprina, di cui 440 macelli pubblici e 2.225 macelli industriali, di cui 1.855 considerati a capacità limitata in deroga con l'autorizzazione ad operare solo sul territorio nazionale; le strutture in possesso di bollo UE sono 408. Sono una sessantina i macelli suini industriali, ma le aziende con caratteristiche industriali vere e proprie, che hanno una capacità produttiva superiore a 100.000 capi, sono circa una ventina. Le imprese con impianti di macellazione con capacità superiori a 60.000 capi/l'anno, sono circa una novantina e con una capacità produttiva superiore a 100.000 capi sono una trentina. Il settore della macellazione e lavorazione delle carni è avviato verso una crescente concentrazione produttiva, in conseguenza sia dei processi di razionalizzazione e di ampliamento in atto nelle grandi strutture, che delle politiche di acquisizione e di accordi che hanno caratterizzato l'offerta negli ultimi anni.

Tale tendenza alla concentrazione produttiva risulta favorita da:

- maggior apertura ai mercati comunitari, grazie al riconoscimento della elevata qualità e salubrità del prodotto nazionale, che pone gli impianti nazionali in diretta concorrenza con quelli degli altri paesi europei;
- scandali a livello sanitario, veterinario, tossicologico, che creano forti turbative nel mercato , con oscillazioni di prezzi e di consumi, indebolendo la posizione delle piccole e medie imprese;
- crescente quota di prodotto veicolato dalla distribuzione moderna, nonchè l'incremento dei pasti consumati fuori dell'ambito domestico, che favoriscono le strutture di macellazione in grado di attivare grandi volumi di prodotto, offrire precise garanzie igieniche e qualitative, nonchè una certa standardizzazione del prodotto finale;
- normative comunitarie sull'adeguamento degli impianti di macellazione, di lavorazione delle carni alle norme sanitarie che pongono inevitabilmente fuori mercato i macelli senza bollo CEE, con la chiusura di molte strutture artigianali, pubbliche e locali di macellazione.

Localizzazione

La localizzazione delle più grandi aziende di lavorazione e commercializzazione è avvenuta, soprattutto per la carne bovina, suina e avicola, nelle regioni di produzione del bestiame vivo, piuttosto che nelle vicinanze dei mercati più grossi.

Ciò è stato possibile grazie all'introduzione di tecnologie, sempre più raffinate di conservazione delle carni tramite il freddo, che hanno modificato i sistemi di trasporto e stoccaggio, e grazie, anche, alla incidenza relativamente bassa dei costi di trasporto sul prezzo del prodotto.

La localizzazione sul territorio italiano degli allevamenti, dei macelli e dei consumi evidenzia l'esistenza di alcuni flussi importanti:

- capi allevati in meridione e macellati in centro-nord Italia;
- capi allevati nell'area nord occidentale e macellati nelle aree nord orientali;
- carni macellate nelle aree nord e consumate al centro e al sud.

Nelle regioni centro-meridionali le quote di consumo vengono soddisfatte in buona parte attraverso le importazioni oppure attraverso macellazioni

effettuate nei macelli pubblici, nei macelli artigianali e nei locali di macellazione. Le più grosse aziende di macellazione e commercializzazione carni sono concentrate nel Centro-Nord.

Importatori

L'importazione di carne è un dato strutturale della nostra economia, in quanto il consumo è superiore alla produzione nazionale. Inoltre, la stessa produzione nazionale, oltre a seguire cicli stagionali, è poco omogenea in qualità e quantità, per cui l'importazione acquista la funzione di assicurare la materia prima alle imprese, nei periodi in cui essa è scarsamente disponibile sul mercato, o non corrisponde alle loro esigenze.

Tuttavia, sebbene tutte le principali imprese del settore praticino l'importazione, diversi sono gli iter seguiti dai vari operatori:

- gli importatori puri o le società collegate direttamente con allevamenti o macelli stranieri, svolgono questa unica attività senza trasformare ulteriormente le carni importate, ma rivendono direttamente il prodotto carneo; la loro attività è, dunque, puramente commerciale, ma vi sono anche aziende che non si fermano al solo import, ma prima di commercializzare le carni, le lavorano e le trasformano, perseguendo maggiori guadagni;
- le imprese che invece praticano l'attività di macellazione oltre che di commercializzazione, inseriscono l'importazione nel sistema di approvvigionamento che, tramite l'utilizzazione di diverse fonti, tende ad assicurare una costante disponibilità di materia prima sia per la trasformazione che per la vendita. Spesso, l'importazione è vista come completamento della gamma, in funzione della richiesta del mercato.

Si stima che gli importatori del settore carni siano circa 200 (oltre a diverse centinaia di operatori marginali, saltuari e comunque scarsamente significativi sotto l'aspetto della dimensione), dei quali il 49% è localizzato nel nord ovest, il 26% nel nord est, il 14% al sud e l'11% al centro.

Nel 2003 e 2004 alcuni enti esteri indirizzati allo sviluppo delle proprie produzioni in Italia (in particolare ente irlandese, francese e olandese) hanno perseguito una politica di promozione della propria carne bovina, suina e ovicaprina nelle principali catene distributive, caratterizzata da un marchio di qualità, che certifica la provenienza e la rintracciabilità dell'animale.

Esportatori

L'attività di esportazione di carni viene svolta da una cinquantina di imprese, la maggior parte delle quali rientrano nell'ambito delle imprese commerciali di macellazione e trasformazione. La concentrazione degli esportatori è più elevata nell'attività di macellazione, ma soltanto le maggiori imprese presentano le caratteristiche organizzative necessarie a sostenere la forte concorrenza internazionale. Alcune fra le maggiori imprese esportatrici del settore hanno instaurato un interscambio di bestiame, carcasse, tagli anatomici con i paesi esteri (Spagna, Germania, Egitto, e i paesi dell'Est europeo), incrementando attività di esportazione, valorizzando i tagli anatomici meno nobili (quarti anteriori) che in Italia hanno un mercato limitato al Centro- Sud e acquistando bestiame e i tagli richiesti. I macelli con bollo UE, autorizzati ad esportare, sono 408.

Assetto proprietario

All'interno dell'aria di affari cresce l'importanza di gruppi privati e dei sistemi di imprese cooperative che, seppur con indirizzi strategici differenziati, tendono ad integrare l'attività di macellazione con l'attività a monte e a valle, e a diversificarsi orizzontalmente con altre aziende del comparto carni. Il capitale di controllo è generalmente italiano.

Settore bovino, ovicaprino e suino

Cafin è la finanziaria del gruppo Cremonini che raggruppa 12 aziende con un fatturato consolidato nel 2004 di 2.019 milioni, un utile netto consolidato di 24 milioni e oltre 3000 dipendenti. I settori in cui opera sono: carni bovine, salumi e insaccati, allevamento, surgelati door to door, ristorazione, distribuzione, servizi, immobiliare e finanziari, spezie.

Dal 2002 nel gruppo Cafin è in corso un processo di reengineering, che ha visto la chiusura di stabilimenti e strutture produttive non redditizie, l'accorpamento e la fusione di molte società e la formazione di quattro subholding, IN.AL.CA. per la macellazione bovina, M.A.R.R. per il catering, Cortebona per il settore dei salumi e Agape per la ristorazione; ci sono poi le attività marginali di supporto.

Nel catering il gruppo Cremonini opera con M.A.R.R. di Rimini, che ha sviluppato nel 2004 un fatturato di 811 milioni , rispetto ai 719 miliardi del 2003; la società nel 2004 ha acquisito Adria Food (25 milioni di fatturato) e l'attività industriale di Carnemilia, società del gruppo specializzata nella lavorazione e distribuzione al canale catering delle carni bovine.

Nella ristorazione collettiva Cafin è presente con AGAPE ; nel 1985 acquista la catena Burghy dalla SME; nel 2002 il gruppo Cremonini cede a Mc Donald's tutta la rete italiana dei Burghy, scorporata dalla Foodservice System Italia, poi incorporata nella capogruppo e ne diventa il fornitore ufficiale per l'Italia, la Francia, la Gran Bretagna e altri paesi europei, siglando un contratto di fornitura quinquennale di 320 milioni. Agape nel 2004 registra un fatturato di 194 milioni.

Nel settore della macellazione bovina IN.AL.CA. nel 2003 ha incorporato I.C.A.R., operante nella lavorazioni della carne bovina e Acsal, società specializzata nella produzione di carne in scatola a marchio Montana e nel 2002 Valchiana Carni. IN.AL.CA. ha attuato forti investimenti negli ultimi tre anni nello stabilimento di Castelvetro, specializzato nel disosso, nella produzione di tagli anatomici sottovuoto, di hamburger e di carne in scatola. Il macello di Castelvetro sviluppa una capacità produttiva teorica di 300.000

capi/anno, una potenzialità per il disosso di 87.500 ton. e per il sottovuoto di 26.000 ton.; può inoltre produrre 27.000 ton di hamburger e 9.600 ton. di carne in scatola. Lo stabilimento di Rieti si caratterizza per una capacità di disosso teorica di 28.000 ton, 41.000 ton.di carne in scatola e 20.000 ton di carne cotta.

Nel 2004 IN.AL.CA. ha sviluppato un fatturato di 727 milioni, mentre per il 2005 ci sarà l'unificazione di tutte e tre le unità produttive (Rieti, Castelvetro e Ospedaletto Lodigiano) in IN.AL:CA., con un fatturato complessivo di 1122 miliardi. A fine 2005 è stato ultimato il nuovo stabilimento di Ospedaletto Lodigiano, dove si trasferirà Ultrocchi Carni, con un investimento complessivo di 130 milioni, specializzato nella produzione di hamburger e carni porzionate e confezionate da destinare alla grande distribuzione e ai discount.

Il nuovo impianto di Ospitaletto sarà in grado di macellare potenzialmente 320.000 capi/anno, con una capacità di disosso di 80.000 ton., di 23.000 ton di sottovuoto e di 8.000 ton di porzionato.

Carnemilia, focalizzata nella lavorazione delle carni destinate al catering e alla ristorazione, nel 2004 cederà alla M.A.R.R. la sua attività industriale. Lo scopo del reengineering della struttura industriale delle carni bovine è quella di concentrare e specializzare le produzioni, ridurre gli overheads e rendere efficienti gli stabilimenti per essere competitivi alivello europeo.

Nel 2004 gli allevamenti controllati indirettamente da IN.AL.CA. sono 200.000, di cui direttamente sono 80.000, destinati per la produzione della carne a marchio, per le produzioni certificate.

Nel 2004 IN.AL.CA. ha ottenuto la certificazione VISION 2000 su tutti gli stabilimenti; ha adottato un sistema di rintracciabilità, con cui è in grado di certificare elettronicamente ogni singolo bovino, di operare un controllo dei singoli processi produttivi a garanzia della provenienza delle carni.

Dal 2004 IN.AL.CA. ha sviluppato un accordo commerciale con A.I.A: leader del settore avicolo, finalizzato alla distribuzione di tagli anatomici sottovuoto nel dettaglio tradizionale attraverso la capillare rete di vendita dell'azienda del settore avicolo.

Dal 2004 IN.AL.CA. ha intrapreso una politica di internalizzazione, con la creazione di agenzie commerciali ubicate nei vari paesi europei ed extraeuropei; attualmente le filiali estere operative sono ubicate in Grecia, in Francia, in Germania, in Spagna, nell'URSS e in Sud America.

Nel 2005 il gruppo Cremonini ha acquisito il 76% delle quote di Guardamiglio Carni, e delle altre società del gruppo Fiorani, con il progetto di unificare le lavorazioni nello stabilimento di Ospitaletto Lodigiano.

Gruppo Unibon. Nel dicembre 2003 è stata completata la ristrutturazione societaria del gruppo, che è composto da:

- Italcarni S.c.a.r.l., una cooperativa di 97 allevatori, localizzata a Carpi (MO) specializzata nell'attività di macellazione suina (200 dipendenti) con un fatturato 2004 di 207,8 milioni, di cui 4,4 milioni per le seconde e terze lavorazioni, confezionate per l'80% fresche e per il 20% in atmosfera protettiva . Nel 2005 la cooperativa ha avviato un accordo con Unibon Salumi per la produzione di elaborati di carne suina; entro l'anno la cooperativa dovrebbe ottenere la certificazione VISION 2000 e si prevede un incremento di fatturato pari al 4%;

- Unicarni S.c.a.r.l., localizzato a Reggio Emilia, con un fatturato 2004 di 388,2 milioni . Dal giugno 2002 il consorzio ha preso in affitto la struttura di macellazione di Coop.Bologna Carni ed ha attuato nel 2003 la fusione per incorporazione della cooperativa. Nel settembre 1988 sono stati ultimati i lavori di ristrutturazione dell'impianto di macellazione di Reggio Emilia, con una potenzialità produttiva di 90 capi/ora, e una capacità di lavorazione carni pari a 160000 q.li/anno. Unicarni detiene una partecipazione del 51% nella società di logistica alimentare Quanta Stock & Go, che si occupa di distribuire, con 15 mezzi di proprietà con una portata da 25 a 50 q.li, prodotti alimentari freschi, congelati e secchi a 280 punti vendita dislocati nel nord

Italia. A fine 2005 la cooperativa Unicarni ha acquisito Macellatori di Villarotta, macello bovino.

Colomberotto è un macello appartenente alla famiglia Colomberotto, che possiede 3 aziende agricole, Valleverde, Zootecnica La Marca s.r.l. e Montello s.n.c., per un totale di 20.000 vitelli, localizzati nel raggio di 20 km dalla struttura di macellazione.

Nel 2004 la società ha avviato il processo di certificazione della struttura di macellazione, già parzialmente in corso negli anni precedenti grazie al “Sistema di filiera produttiva”, che prevede il controllo di tutte le fasi di selezione, crescita, alimentazione, macellazione e lavorazione in un’ottica di sistema di qualità integrato.

Guardamiglio Carni è una azienda controllata dalla Famiglia Fiorani. Nel novembre 1990 la famiglia Fiorani ha creato la Fiorani Carni S.r.l., che gestisce il macello comunale di Piacenza.

Dal 2002 la Guardamiglio Carni ha incorporato per fusione la controllata Fiorani Carni e si è trasferita a Piacenza nel macello acquisito della Fiorani Carni, che possiede bollo CEE, dove ha aumentato le potenzialità produttive da 55.000 capi/anno a 100.000 capi macellati/anno, sono state approntate nuove sale per il disosso, per le lavorazioni successive (tagli anatomici, porzionato) e nuove celle di stoccaggio e frigorifere per il congelato destinato all'Eima, con un investimento complessivo di 11 milioni, in parte finanziato dal Piano Carni. Nel maggio 2004 la Guardamiglio Carni ha acquistato l'area comunale dove è ubicata la struttura produttiva e ha iniziato la realizzazione del nuovo macello che sorgerà a fianco del vecchio, prevista per il 2000.

Sono controllate dalla famiglia Fiorani Allevamenti Fiorani S.d.f., con un parco vitelli di 9600 capi e la Ge.Mark., specializzata nella gestione delle macellerie nei supermercati, che gestisce 40 banchi macelleria in Lombardia e ha registrato un fatturato nel 2003 di oltre 40 milioni. Nel 2003

Guardamiglio Carni ha acquisito partecipazioni pari al 49%, che sono diventate 62% nel 2003, nella società Baldi Carni s.r.l. di Jesi, specializzata nella distribuzione e nella commercializzazione al catering, con un fatturato 2003 di 23 milioni, di cui il 26% è carne bovina. Questa azienda ha in previsione per il 2004 investimenti per la produzione di carne porzionata e il potenziamento della rete commerciale.

Nel 2005 il gruppo Cremonini ha acquisito il 76% delle quote di Guardamiglio Carni e la famiglia Fiorani è entrata a far parte del Consiglio d'amministrazione dell'In.Al.Ca. Grandi Orizzonti è una società a capitale privato, che lavora e trasforma la carne suina, bovina e ovina. Commercializza inoltre mezzene e semilavorati di bovino e suino, carni bianche, salumi e prosciutti. L'azienda prevede per il 2005 di realizzare un fatturato di 70 milioni.

Il gruppo Ghinzelli comprende Ind. Macell. Ghinzelli, uno dei maggiori macelli italiani (suino pesante), socio ne La Felinese (salumi). La famiglia Ghinzelli possiede allevamenti di suini a ciclo chiuso con 30.000 capi totali. Dall'1/3 /2002 la famiglia Ghinzelli è diventata socia (48%) in Bertana S.r.l., rilevando le quote dei precedenti azionisti (Cariplo e altri privati); le altre quote sono detenute dal Consorzio Latterie Mantovane (48%) e il 5% da altri soci. Ghinzelli inoltre ha preso in affitto il macello suino del Consorzio Latterie Sociali Mantovane, attraverso un accordo di gestione, che prevede un contratto di collaborazione e politiche commerciali comuni al gruppo.

Ind. Riunite Campagnolo è proprietà della famiglia Brussino e opera nel settore della carne suina fresca e trasformata; da gennaio 2002 ha inaugurato una nuova struttura di macellazione passando da una capacità produttiva di 180.000 capi/anno ad una potenzialità di 600.000 capi macellati/anno. La società è integrata con centri di riproduzione suina, che producono lattoni.

Nel 2002 la società è entrata in amministrazione controllata, mentre nel 2003 è stata acquisita da Industrie Riunite Campagnolo, di proprietà della

famiglia Sodaro. Il Macello di None ha ripreso l'attività di macellazione nel settembre 2003 ed è stato assorbito da Ind. Riunite Campagnolo.

Macellatori Pegognaga è una cooperativa di 1373 soci allevatori di bovini, che conferiscono il 65% del bestiame macellato, per quanto riguarda i vitelloni il conferimento è arrivato all'84% del macellato; l'azienda è specializzata nella macellazione bovina.

La cooperativa ha attuato nel triennio 2003/2003 investimenti per 15 milioni per ampliamenti, ristrutturazioni e adeguamento impianti; dispone inoltre di un progetto per la realizzazione di una linea di confezionamento del 5/4 alimentare in sottovuoto e per la produzione di macinati e hamburger per il trade moderno.

Nel 2002 il 73% delle partecipazioni della società Al Vitello d'Oro di Salerno sono state acquisite da Macellatori di Pegognana, che dal 2002 ne ha acquistato il controllo totale. È una azienda di lavorazione e trasformazione delle carni, specializzata nelle forniture al catering, che funziona da piattaforma di lavorazione/distribuzione per la cooperativa, ed è operativa nel centro sud. Questa società ha fatturato nel 2003 8 milioni, di cui il 50% nella carne bovina e prevede di raggiungere i 10 milioni nel 2004.

Macellatori Villarotta è costituita in forma di società in nome collettivo nella quale la partecipazione più importante è tenuta da Cantarelli. L'azienda è collegata all'Azienda Agricola S. Antonio, che alleva 3000 capi bovini l'anno. Dal 2005 sarà portato a termine dall'azienda un programma di identificazione dell'animale, che prevede la realizzazione di un sistema informativo su tutte le fasi del processo produttivo (allevamento, macellazione, distribuzione). Nel 2005 la società è stata assorbita dal gruppo Unibon. Martini Alimentare del gruppo Martini dell'omonimo mangimificio è un macello suino, che opera da quattro anni nel segmento degli elaborati suini. Fanno parte del gruppo l'Agr. Zoot. Marchigiana, allevamento suinicolo a ciclo chiuso, Cavazzuti S.r.l. e l'azienda Todini e

Martini S.r.l. che operano nell'allevamento dei suini pesanti. Realfood ha preso in affitto il macello di Cadeo dal 1 giugno 2003; l'azienda è controllata dal gruppo Longhi, che è diversificato nell'allevamento bovino (38.000 tra vitelloni e vitelli), nella produzione di mangimi (3 mangimifici), Realvit Italia e F.lli Longhi, due aziende di produzione di alimenti per animali, Vitalzoo e Coprozoo e una società di servizi, Besalzo.

Raggio di azione: diversificazione e ambito

Sul piano della diversificazione operano nel settore aziende che hanno effettuato scelte differenti:

- aziende focalizzate esclusivamente nel settore della macellazione e/o commercializzazione di un solo tipo di carne;
- aziende integrate a monte con allevamenti, mangimifici e a valle con imprese di distribuzione o di ristorazione spesso attraverso società del gruppo di appartenenza;
- aziende differenziate nella commercializzazione di più carni che spesso è effettuata attraverso accordi con aziende specializzate nei vari settori.

Le richieste espresse dal trade hanno spinto le aziende a completare la gamma di carni con salumi e uova, prodotti che sono in gran parte solo commercializzati. Commercializzare l'intera gamma dei prodotti carni costituisce per le aziende del settore un vantaggio competitivo sia con il trade moderno che con il dettaglio tradizionale per potersi affermare al punto vendita come fornitore esclusivo di carni.

A livello dei gruppi leader operanti nel settore, si individua una tendenza alla specializzazione nella lavorazione delle carni all'interno delle singole aziende. La diversificazione avviene scorporando attività diverse in società distinte all'interno del gruppo.

Tali modificazioni strutturali sono volte ad aumentare il valore aggiunto delle imprese, realizzando economie nei costi di approvvigionamento, produzione e distribuzione, a sostenere l'immagine aziendale, lo standard produttivo e la costante disponibilità dei prodotti, ad attenuare le oscillazioni di prezzo e a ridurre l'onere che comporta la dipendenza dagli allevatori.

Differenziazione e marketing mix delle aziende

La politica di differenziazione, ovvero la strategia di caratterizzazione rispetto agli altri competitors, viene attuata utilizzando diversi strumenti:

- il prezzo;
- il servizio fornito, a vari livelli, nella fase distributiva;
- la qualità, costanza e salubrità della materia prima;
- la capacità innovativa e l'ampiezza di gamma;
- l'attività promo-pubblicitaria;
- l'immagine aziendale.

Trade marketing

Le strategie di trade marketing attuate dalle aziende operanti nel settore sono articolate nei seguenti interventi:

- razionalizzazione della rete di vendita e della struttura distributiva con l'obiettivo di aumentare la capillarità distributiva e servire più frequentemente e adeguatamente i clienti, sia a livello centralizzato che periferico;
- realizzazioni di soluzioni logistiche volte a servire rapidamente ed efficacemente i diversi punti vendita, dislocando e selezionando opportunamente filiali, depositi/concessionari sul territorio nazionale e ad effettuare le consegne a 24 ore dall'ordine;
- ottimizzazione del servizio fornito dalla clientela attraverso:
- professionalità e adeguatezza della forza vendita;
- visite frequenti per consegna nei punti vendita tradizionali e in quelli della distribuzione organizzata;

- consegne dirette a proprie spese fino alle piattaforme o depositi centralizzati per le catene dotate di queste strutture o direttamente ai punti vendita;
- razionalizzazione delle condizioni di vendita e contrattazione per mettere a punto scale sconti a seconda dei volumi d'acquisto e della tipologia di prodotto, sconti/premi di fine d'anno al raggiungimento di un predeterminato budget. Sono sempre più determinanti, ai fini di un buon rapporto con la distribuzione moderna, i contributi promozionali erogati a vario titolo;
- iniziative promozionali al consumatore (tagli prezzo, 3x2, assaggi guidati), programmi di incentivazione e promozioni ad hoc per punto vendita;
- comunicazione pubblicitaria volta a tranquillizzare il consumatore sulla provenienza della carne oppure a consolidare l'immagine del marchio e a promuovere il lancio dei nuovi prodotti e a fidelizzare il consumatore alla marca, soprattutto nella carne avicola.

Le imprese e le loro organizzazioni

Struttura distributiva

Data l'alta deperibilità e la struttura estremamente polverizzata dei pdv, il sistema distributivo e la rete di vendita rappresentano uno dei maggiori fattori critici di successo nel settore carni. I parametri che caratterizzano l'efficacia e l'efficienza della rete distributiva si possono così sintetizzare:

- estensione territoriale omogeneamente diffusa;
- capillarità attraverso una rete di vendita tesa a eliminare il più possibile passaggi intermedi e privilegiare le consegne dirette;
- elevata penetrazione nella moderna distribuzione;
- tempestività nelle consegne e corretto mantenimento della catena del freddo.

La strategia distributiva del settore è indirizzata a far diminuire, sempre più, il peso del grossista a favore del concessionario e ai centri di distribuzione diretti (filiali o agenti con deposito) o piattaforme di distribuzione.

Le strategie distributive delle aziende leader puntano su organizzazioni di vendita con soluzioni “miste” (rete propria e indiretta) che prevedono il ricorso contemporaneamente a filiali, concessionari, venditori diretti e agenti.

Vendite per canale distributivo.

Le vendite per canale variano a seconda che l'azienda sia orientata sul prodotto in osso oppure indirizzata alle successive lavorazioni (disossato, lavorato e confezionato). Le aziende distribuiscono direttamente circa il 50% dei volumi, mentre la parte rimanente passa soprattutto tramite grossisti che hanno un forte peso nell'Italia Meridionale.

La distribuzione moderna si configura come il canale con maggiori prospettive di sviluppo, in termini di volumi trattati e di potenziale di crescita, poiché consente oltre alla razionalizzazione della logistica delle consegne, una crescita del prodotto lavorato e confezionato, sia sottoforma di tagli anatomici sottovuoto, sia come porzionato e elaborato fresco e in atmosfera protettiva. Le imprese trattano direttamente con le catene della grande distribuzione e della distribuzione organizzata. In particolare con la grande distribuzione raggiungono accordi definiti (tempi e luoghi di consegna, sconti, promozioni), mentre con la distribuzione organizzata raggiungono accordi quadro .

Il canale tradizionale, che rappresenta ancora il canale di sbocco preponderante per la carne bovina, equina, ovicaprina e suina, si presenta tuttora polverizzato in un numero di punti vendita molto elevato.

Si sta affermando la tendenza a rifornire anche le macellerie con tagli anatomici sottovuoto, con grossi vantaggi per il dettagliante: la possibilità di ridurre gli scarti e le rimanenze, di scegliere i tagli richiesti dal consumatore a seconda della stagione e delle condizioni di mercato, di razionalizzare lo spazio nella cella frigorifera. La richiesta di carni garantite da parte della domanda ha portato alla creazione di punti vendita che commercializzano in

esclusiva carne nazionale con un marchio a garanzia della qualità. Ci sono consorzi di allevatori che utilizzano per la vendita di carne DOC 1.600 macellerie appositamente autorizzate con l'esclusiva della commercializzazione di "carni garantite".

Logistica

Per quanto riguarda la logistica distributiva si può delineare la tendenza a instaurare un rapporto diretto stabilimento-cliente, al fine di migliorare alcune caratteristiche (freschezza, igiene) del prodotto, ridurre i costi del personale ed avere un maggior controllo delle fasi distributive attraverso la riduzione dei passaggi. Le imprese di macellazione tendono a consegnare direttamente ai punti vendita della distribuzione moderna, che non dispongono di Ce.Di., anche se la maggior parte delle catene sta dotandosi di piattaforme proprie per centralizzare gli acquisti, lavorare la carne e distribuire direttamente ai propri punti vendita. Attualmente la consegna al punto vendita avviene due-tre volte a settimana, ma si va verso la consegna giornaliera, soprattutto per gli approvvigionamenti di carni a più alta frequenza di consumo (bovino e pollame) alla grande distribuzione.

Condizioni di vendita al trade.

Le imprese normalmente adottano una scala sconti ed un sistema di contributi promozionali rapportati ai diversi tipi di canali distributivi serviti ed alle quantità acquistate dal cliente. Le forme di trade promotion maggiormente utilizzate dalle aziende consistono nella consegna di materiale promozionale, e un collection, premi, materiale pubblicitario, ricettistica.

Consumer marketing

Politiche di prodotto

Le politiche di prodotto perseguite dalle aziende operanti nel settore si possono così sintetizzare:

- aumento della carne disossata rispetto al prodotto in osso, in particolare dei tagli anatomici sottovuoto da destinare sia al trade moderno che tradizionale;
- incremento del porzionato (seconde lavorazioni) e degli elaborati (terze lavorazioni), capaci di rispondere alle esigenze della nuova domanda soprattutto nel canale moderno. Il margine elevato di tali preparazioni viene utilizzato per alzare il livello di redditività del mix di produzione;
- Il tentativo di allungare la vita del prodotto confezionato presso il trade moderno, ha dato un forte impulso allo studio di nuovi packaging, capaci di ridurre la deperibilità attraverso il confezionamento sottovuoto skin e l'utilizzo di atmosfera controllata;
- maggior orientamento verso la qualità della carne, intesa come rintracciabilità e costanza ottenuta mediante il controllo di tutti gli steps della filiera.

Una particolare attenzione è prestata dal 2005 alla qualità, intesa come salubrità e rintracciabilità della carne, con la richiesta da parte del consumatore di un prodotto costante garantito sia sul piano organolettico, che della provenienza della materia prima. A seguito dello scandalo scoppiato in Belgio della diossina riscontrata nei mangimi destinati al pollame, ai suini e ai bovini, l'industria nazionale si caratterizza per operare un controllo totale di filiera.

Nel Veneto, dove si produce il 15% della carne bovina italiana, si sta delineando un nuovo assetto produttivo, che dovrebbe portare alla costituzione di un'unica associazione di produttori, la Unicarve capace di immettere sul mercato 800000 -900000 capi/anno. Le tre associazioni sono: Carni Trivenete, con 2900 soci e 360000 capi commercializzati, A.Car.Ve. con 3000 soci e 300000 capi e Ver.Ca.B. con 700 soci e 150000 capi; la regione ha messo a disposizione 20 milioni, dei quali 7 destinati al rilancio del settore bovino, 4 milioni per la promozione di un marchio collettivo di

qualità. La carne, commercializzata sotto un unico marchio, sarà macellata in tre strutture: CO.SE.VER., New Beef e Nuova Polisana Carni.

Anche la regione Emilia Romagna ha promosso carni regionali a marchio, attraverso l'associazionismo tra allevatori, la Proincarne della provincia di Faenza, l'Aprocarne di Reggio Emilia, l'Aprocarer di Modena.

Anche le imprese private e cooperative del settore bovino e suino stanno impostando politiche di prodotto orientate sulla rintracciabilità e sul controllo delle carni attraverso un marchio di qualità, che fornisca la garanzia della provenienza. Gli operatori del settore equino ed ovicaprino sentono l'esigenza di un marchio di qualità per le loro carni, soprattutto per rilanciare la produzione nazionale, minacciata dalle crescenti quantità di carni che arrivano dall'estero, molto richieste dalla moderna distribuzione sia per il loro buon rapporto qualità/prezzo, che per l'elevato valore aggiunto in termini di servizio offerto relativamente alle quantità, ai tagli e al packaging.

Una ulteriore certificazione della provenienza e della produzione della carne è fornita dalla carne biologica nella moderna distribuzione, in particolare Esselunga, Standa e Gs hanno introdotto referenze di carne bovina, ammessa dal disciplinare di produzione dei prodotti biologici, a marchio "Natura Pronta" del Consorzio Allevatori Riuniti di Suzzara. Anche "Natura Sì", catena di negozi specializzata nel commercio di prodotti "naturali" ha puntato sulla carne biologica.

I prodotti confezionati di seconda (porzionato) e terza (elaborato) lavorazione rappresentano circa il 30% del mercato e sono veicolati tutti dalla moderna distribuzione, soprattutto dalla GD.

Le seconde lavorazioni confezionate in film plastico rappresentano la parte preponderante della carne veicolata nella moderna distribuzione; tra gli elaborati, quelli di carne avicola hanno un'incidenza superiore a quella delle altre carni grazie alla politica di marca sviluppata dalle aziende del settore avicolo. Le terze lavorazioni rappresentano nel 2004 il 52% dei prodotti

elaborati avicoli e sono caratterizzate da un tasso di sviluppo dell'8,3% nel 2004/2003, gli spiedini costituiscono la referenza più richiesta e hanno un'incidenza del 61,9% sul totale terze lavorazioni. Tra le referenze più richieste troviamo inoltre involtini, hamburger, salsicce. Tra le novità si è affermato nel 2004 il polpettone di pollo e tacchino, che rappresenta il 5% del totale ed è stato apprezzato per la sfiziosità del prodotto per la varietà dei gusti con cui è stato presentato, per il corretto rapporto prezzo/qualità percepita. Inoltre si stanno introducendo gli arrostiti speziati, con gusti esotici o sud-americani. In forte sviluppo le quarte lavorazioni, cioè i panati, che nel 2004 rappresentano il 37,8% degli elaborati avicoli e sono caratterizzate da un tasso di crescita 2004/2003 pari al 10,3%. Tra le referenze in maggior sviluppo si rilevano le cotolette, che rappresentano il 30,7% delle IV lavorazioni, gli elaborati ripieni di verdure (spinaci, funghi che incidono per il 27,3%), di prosciutto e formaggio (cordon bleu, che incidono per il 20,5%), le crocchette di pollo semplici o con verdure.

Le principali innovazioni negli elaborati panati sono rappresentate dalle crocchette di pollo ricoperte da una pastella ove sono presenti patate fritte/chips, dalle cotolette di pollo con verdure intere (piselli, mais, fagiolini, carote), alle frittture miste. Le quinte lavorazioni, (wurstel) che rappresentano il 10,2% degli elaborati avicoli e risultano fortemente in crescita (+26,3%), grazie al prezzo contenuto, agli ingenti investimenti pubblicitari da parte delle aziende, alla buona qualità e all'immagine di prodotto leggero, destinato ad un target giovane. Si stanno affermando anche i piatti pronti già cotti da scaldare in forno o nel microonde, da vendere sfusi nel banco gastronomia o confezionati. I produttori tendono ad impiegare per gli elaborati industriali avicoli confezioni semplici, costituite da vaschetta in polistirolo rivestita da film plastico, talvolta ricoperta da cartoncino, che serve a comunicare le caratteristiche nutrizionali e qualitative. Solamente due aziende del settore avicolo impiegano l'atmosfera modificata per confezionare gli elaborati, Co.Dis.Al. e Coop.Agr.Sant'Angelo; tale decisione è stata determinata dal prolungamento della shelf life del prodotto, 10-12 gg, e quindi da una riduzione delle consegne ai punti vendita. I prodotti elaborati bovini sono di

terza e quarta lavorazione e rappresentano l'1,2% del mercato totale della carne bovina e sono veicolati in gran parte tutti nella moderna distribuzione, che rappresenta il 27,1% del consumo totale. Nel 2004 il porzionato è confezionato per il 96% in vaschette di polistirolo con film plastico e per il 4% in atmosfera modificata.

Il porzionato di tutti i tipi di carne è in gran parte confezionato direttamente dalla moderna distribuzione, nei punti vendita, che vengono riforniti dall'industria di macellazione con tagli anatomici sottovuoto o attraverso la creazione di piattaforme di lavorazione da parte delle catene distributive stesse, che si fanno carico di servire più pdv, oppure grazie ad accordi con i fornitori, affinché riforniscano il banco carni completo di tutte le referenze, già confezionate e prezzate.

Per quanto riguarda il packaging si può individuare la tendenza ad impiegare prevalentemente la vaschetta in polistirolo, con film plastico trasparente, che ha un costo di 15-20 centesimi di Euro per confezione oppure la vaschetta in materiale plastico compatto per l'atmosfera modificata, con un costo di 40-50 centesimi di euro per confezione.

Politiche di prezzo

La tradizione culturale che vede la carne, soprattutto la carne bovina, come una commodity, ha fatto sì che il prezzo risultasse una leva importante, adoperata dalle aziende ai fini del successo dell'attività. L'attenzione al prezzo risulta spesso associata alla ricerca della qualità delle carni, soprattutto a seguito degli scandali che hanno colpito il settore zootecnico ("mucca pazza", peste suina, influenza dei polli, mangimi alla diossina) e ha indotto il consumatore a comportamenti più cauti nei confronti dei prodotti più economici, soprattutto se provenienti dall'estero.

Un grosso influsso sulle quotazioni delle carni nazionali è dato dall'andamento di mercato delle carni estere, soprattutto in quei comparti,

dove l'importazione risulta una componente fondamentale dell'approvvigionamento dei macelli, in particolare quelli delle carni suine, bovine, ovicaprine ed equine, dove i produttori- macellatori non riescono a reggere la concorrenza delle carni estere, e sono costretti a subirne le forti oscillazioni di prezzo. Attraverso l'istituzione di un marchio di qualità sulla carne di produzione nazionale, l'impresa può stipulare contratti di fornitura con i punti vendita, mettendosi al riparo da oscillazioni di mercato e nello stesso tempo garantirsi attraverso l'integrazione con gli allevamenti, un approvvigionamento costante e a prezzi concordati. Attualmente una politica di prezzi imposti può essere attuata solo su prodotti confezionati elaborati.

Dal 2003 e in particolare nel 2004, sono state attuate dai produttori e dalla distribuzione politiche di prezzo aggressive su tutte le carni tal quali ed elaborate, costituite da continue iniziative promozionali (tagli prezzo, 3x2) a rotazione sulle varie referenze. In particolare sono aumentate le promozioni sulle IV lavorazioni avicole, dove i produttori hanno un margine più elevato rispetto al prodotto tradizionale e spesso si sono riscontrate quotazioni simili tra le II lavorazioni e gli elaborati panati scontati.

Pubblicità e promozioni

L'utilizzo della comunicazione pubblicitaria e delle promozioni risulta indispensabile per affermarsi sul canale moderno. La comunicazione, infatti, è fondamentale per diffondere informazioni sulle peculiarità del prodotto, sulle sue modalità di preparazione, e per accrescere la percezione delle caratteristiche del prodotto stesso, incoraggiando il consumatore a divenire un acquirente abituale, rafforzandone la fidelizzazione.

Alcune pubblicità e promozioni, a parte quelle fatte direttamente al trade nel momento della contrattazione d'acquisto, vengono fatte in modo congiunto con il trade, nei vari pdv, soprattutto per le carni avicunicole, equine, ad

eccezione delle carni rosse la cui promozione sul pdv avviene, generalmente, a carico del distributore. Inizialmente nel settore avicolo il messaggio pubblicitario era stato impiegato sul prodotto tradizionale, per esaltarne la genuinità e la freschezza; attualmente viene utilizzato per supportare il lancio degli elaborati e per promuoverne nuove occasioni di consumo. Dai messaggi pubblicitari emergono le caratteristiche di praticità, di rapidità di utilizzo, di gustosità e di convivialità del prodotto elaborato.

Gli investimenti pubblicitari sostenuti dalle aziende leader del settore avicolo a supporto prevalente degli elaborati, compresi i wurstel avicoli, ammontano a 44,6 milioni nel 2003, 51,7 milioni nel 2002, 45,7 milioni nel 2003 e 54,6 milioni nel 2004, con una crescita del 19,5%.

La catena di fornitura

Approvvigionamento, logistica e lay-out

Tra i reparti dedicati ai prodotti freschi quello riservato alle carni presenta i più alti costi di gestione, con una incidenza sul totale costi del pdv superiore rispetto ai ricavi. L'utilizzazione più razionale del reparto, resa possibile dall'impiego dei tagli anatomici sottovuoto, ridurrebbe il fabbisogno dello spazio da 200-210 metri quadrati a 100-110 metri quadrati. I vantaggi risiederebbero inoltre nel minor costo di manodopera e nella possibilità di utilizzare personale non specializzato, nella riduzione degli scarti e nell'aumento dello spazio di vendita delle carni.

Le politiche di gestione del reparto carni da parte delle catene distributive non sono ancora del tutto definite: alcune catene propendono per la trasformazione della carne direttamente in piattaforma della distribuzione o presso operatori specializzati nella lavorazione, al fine di incamerare il valore aggiunto delle lavorazioni, altre preferiscono farsi consegnare direttamente al punto vendita tutte le referenze dell'intero banco carni, per eliminare i costi della manodopera, altre catene scelgono una via di mezzo:

quella della consegna di prontotaglio sottovuoto da tagliare e confezionare a seconda dell'esigenza.

Il grado di innovazione tecnologica

La frollatura delle carni

Le carni suine e ovicaprine non necessitano di lunghi tempi di frollatura (2-3 giorni), in modo particolare le carni suine, ricche di grassi saturi, con la frollatura, rischiano l'irrancidimento delle carni, con conseguenze negative per il sapore e le proprietà organolettiche. Solitamente la frollatura di tali carni avviene direttamente nei macelli. Per le carni bovine, invece, il processo di frollatura è fondamentale per il miglioramento sia del colore, del gusto e della tenerezza, e rappresenta quindi un elemento importante, sul quale molte catene distributive intendono operare in termini di differenziazione qualitativa del prodotto, soprattutto per le catene che trattano prevalentemente prodotto nazionale; la carne che arriva direttamente dai macelli esteri, infatti, non subisce alcuna frollatura, mentre le carni acquistate attraverso canali intermedi (grossisti-importatori), vengono frollate prima di essere rivendute.

Sono molte le catene distributive ad occuparsi direttamente della frollatura, soprattutto per le catene che acquistano la maggior parte delle carni in carcasse.

Quote di mercato per il canale moderna distribuzione

Il grado di concentrazione produttiva, nel settore delle carni fresche nella moderna distribuzione, è elevato, infatti le prime 20 imprese del settore coprono nel 2004 il 71,1% del mercato in valore, contro il 68,9% nel 2003. Continua la fase di acquisizione di aziende da parte dei grossi gruppi, il gruppo Veronesi ha acquisito nel 2004 Pavo e Avirom, il gruppo Unibon, attraverso Unicarni ha assorbito macellatori di Villarotta, nel 2005, il gruppo

Cremonini ha acquisito Guardamiglio Carni nel 2005 e il gruppo Amadori ha assorbito Al.Be. e Cibus.

- Le prime quattro aziende della carne avicola realizzano nel 2004 il 69,2% del mercato in valore relativo al canale della moderna distribuzione.
- Le prime quattro aziende della carne suina realizzano nel 2004 il 49,9% del mercato in valore relativo al canale della moderna distribuzione .
- Le prime quattro aziende della carne bovina realizzano nel 2004 il 39,8% del mercato in valore relativo al canale della moderna distribuzione.

Il Tessuto Produttivo

Le imprese che hanno dato vita al Patto Distrettuale sono complessivamente 232; esse nell'ambito del tessuto produttivo dell'area geografica interessata dalle politiche e dalle azioni progettuali, riveste una significativa importanza sia in termini di specializzazioni che di integrazione nell'ambito della filiera bovina.

I dati e le analisi di dettaglio sono state precedentemente illustrate, e quindi non ritorneremo sull'argomento, ragione per cui in questa sede riteniamo utile soffermarci nell'offrire un quadro analitico che dia contezza nel dettaglio della presenza del tessuto produttivo e dimostri il pieno rispetto dei requisiti minimi di accesso previsti, appunto, dall'art. 3 comma b) del decreto di attuazione dei Distretti produttivi.

Il predetto decreto attuativo, prevede quale soglia di ammissibilità, la dimostrazione di adesione da parte di almeno 50 imprese aventi almeno 150 addetti.

La ***“Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia”*** è riuscita a mettere in rete ed a ricomprendere nelle proprie azioni progettuali, un numero di aziende e di addetti che supera di tre volte i requisiti minimi di accesso.

Nello specifico hanno aderito al Patto Distrettuale **232** aziende per un totale complessivo di **468** addetti; i dati, come richiesto dal decreto, sono stati in gran parte estrapolati dall'ultimo censimento ISTAT, mentre nel caso di aziende di recente costituzione sono stati desunti dai documenti aziendali (Libro Matricola e dichiarazioni trimestrali).

Altro aspetto sicuramente strategico, a dimostrazione del processo fin qui condotto, è dato dalla presenza di un partenariato pubblico di notevole spessore e del quale daremo conto nello specifico allegato progettuale.

Integrazione produttiva e dei servizi

La sicurezza dei prodotti alimentari, costituisce, nell'attuale contesto nazionale, una questione strategica di rilevante importanza per le implicazioni sociali, economiche e politiche ad essa connesse.

Oggi, superata la fase della necessità, l'alimentazione assume ulteriori significati: dall'evoluzione dei metodi produttivi, all'influenza dell'aspetto psicologico e relazionale, dal modificarsi dei valori antropologici e sociali all'incremento dei condizionamenti del mondo della comunicazione.

L'esteriorità degli alimenti e la capacità di soddisfare desideri sempre più lontani dalle necessità biologiche, abbinate alla capacità di favorire salute e benessere fisico dell'uomo, sembrano essere diventate oggi elementi prioritari dell'alimentazione.

In questo panorama, anche in Sicilia, sono cresciute notevolmente l'attenzione e la competenza del consumatore, che è sempre più portato a condizionare numerosi aspetti della questione alimentare. In particolare, oggi, per qualità si intende un insieme di elementi che vanno dalle caratteristiche organolettiche ad esigenze più complesse, quali il prezzo di acquisto, la comodità d'uso, gli effetti sulla salute e sulla linea, l'impatto sull'ambiente naturale, l'attitudine alla conservazione, trasformazione, distribuzione. La qualità, insomma, non è più una generica affermazione della presenza di proprietà indefinite.

Dunque la qualità dipende dalle caratteristiche proprie degli alimenti e da come queste vengono percepite e valutate da coloro che li utilizzano. Questo aspetto è così importante che il Consorzio di Ricerca Filiera Carni, costituito dall'Assessorato Agricoltura e Foreste della Regione Sicilia insieme con l'Università di Messina – Facoltà di Medicina Veterinaria, le Province di Messina, Ragusa e Catania, e due soggetti privati, il *Consorzio Carni Sotto le Stelle* e la *Società Cooperativa Agricola San Giorgio di Gangi* (PA), ne ha fatto l'elemento chiave per la politica di valorizzazione dei prodotti carnei e dei metodi di produzione e trasformazione, per assicurare al consumatore un alto livello qualitativo del prodotto, comprensivo degli indispensabili requisiti igienico-sanitari.

Infatti, in un momento caratterizzato da vive preoccupazioni in materia di alimenti e salute, si avverte l'esigenza di tranquillizzare il consumatore, spesso diffidente nei confronti dei prodotti alimentari. Per far questo è inevitabile coinvolgere tutti i protagonisti della filiera di produzione, inizialmente, nel nostro caso della carne bovina (mangimifici, allevatori, stabilimenti di macellazione e lavorazione delle carni, macellerie).

In tale contesto, va sottolineato che l'esigenza di disporre di alimenti sicuri assume particolare significato in Sicilia, sia per l'importanza socio-economica delle produzioni alimentari regionali ed il rilievo della ristorazione pubblica e privata, sia per effetto della crescente domanda di consumi rivolta a prodotti alimentari garantiti per la sicurezza, la tracciabilità, la rintracciabilità e che soddisfino requisiti di qualità nutrizionale. Tutto quello che giunge sulle nostre tavole nasce nelle aziende zootecniche, si sviluppa e si modifica con il concorso degli interventi tecnici quali gli alimenti zootecnici e la gestione aziendale, passa attraverso le prime lavorazioni (macellazione, laboratori di sezionamento), subisce ulteriori elaborazioni, viene confezionato, è immesso sul mercato dei consumi finali, predisposto per l'alimentazione.

Per potere essere ragionevolmente sicuri di evitare pericoli di vario tipo al consumatore e quindi abbattere i rischi è necessario controllare ogni anello della filiera, perché ogni anello della catena di produzione di alimenti per uso umano può rappresentare la porta di ingresso per uno o più pericoli, e contemporaneamente ogni anello può costituire il corridoio di avanzamento per pericoli introdotti in fasi precedenti.

Le profonde trasformazioni che hanno caratterizzato l'economia e la società della seconda metà di questo secolo e quello in corso di cui ancora non si riesce a definire il reale spessore, impongono un ripensamento della strategia produttiva nel campo agro-alimentare. Il passaggio da una agricoltura basata su sistemi produttivi spesso arcaici, comunque artigianale, ad una il cui ricorso a nuove tecnologie, anche avanzate, si va sempre più diffondendo, ha determinato un incremento della produzione che sta provocando accumuli di eccedenza e, non

raramente, giustificati allarmi nei riguardi della genuinità dei prodotti.

Per assicurare all'uomo una alimentazione migliore e più idonea alle condizioni della vita contemporanea è necessario indirizzarsi verso il recupero della qualità. Se questo orientamento va perseguito nei riguardi dei prodotti agro-alimentari nel loro complesso, assume un significato del tutto particolare per la carne, alimento essenziale per eccellenza, la cui qualificazione risulta ormai indispensabile individuandone anche i parametri di riferimento e le ragioni che sono alla base delle sue variazioni.

La qualità della carne non è di facile definizione ed i parametri che la influenzano, partendo dall'animale e raggruppabili in sei categorie: chimici, fisici, istologici, reologici, sanitari ed organolettici, non sono tutti quantificabili oggettivamente per cui riteniamo necessario un approfondimento.

In atto il CorFilCarni ha operato nel triennio 2002-2005 con una azione pilota che ha realizzato un processo di filiera nella regione Siciliana composta da 250 aziende zootecniche, con 8000 vitelli sottoposti a sistema di tracciabilità e rintracciabilità e con il coinvolgimento di 180 punti vendita.

Ad oggi la regione Siciliana, si presenta con una piattaforma costituita da 9 Consorzi di Produttori a cui aderiscono oltre 900 aziende zootecniche con 22.000 vitelli circa con il sostegno del CoRFilCarni.

In particolare è sulle Madonie, area ad elevata vocazione zootecnica che il sistema zootecnico da carne rappresenta già un'importante realtà che è quella del Consorzio di Tutela della Carne delle Madonie di Gangi, dove è possibile attivare il sistema di qualità carni che coniughi insieme sicurezza alimentare e vocazionalità del territorio. L'Assessorato Agricoltura e Foreste, per il tramite dell'Unità Operativa 91 – Distretto Madonie di Petralia Sottana ha da tempo ormai attivato un'azione significativa di sensibilizzazione della filiera delle carni, collaborando con gli allevatori alla realizzazione di iniziative che hanno coinvolto anche la *Società Cooperativa Agricola San Giorgio*.

OBIETTIVO GENERALE

Lo scopo della ricerca applicata sul territorio del patto distrettuale oggetto dell'intervento ricade sull'area interna della Sicilia. La ricerca è da svilupparsi nel periodo 2006-2009, ed ha lo scopo di mettere in atto, valutare e costituire un distretto produttivo caratterizzato da un gruppo di circa 160 aziende della filiera specializzate per la carne e rafforzare un sistema di produzione, lavorazione, commercializzazione con la valutazione dei differenti aspetti, tecnici e divulgativi tali da analizzare in prima istanza i differenti sistemi di allevamento legati alla carne, e che operi per conoscere, radiografare ed individuare la qualità della carne prodotta e commercializzata in Sicilia, mettendo a punto processi di controllo, verifica e certificazione puntando alla valorizzazione del territorio anche con la valutazione degli aspetti dietetico - nutrizionali, tecnologico - commerciali, igienico - sanitari, ed economici.

Inoltre considerato che il contesto zootecnico del distretto produttivo in esame, ha la necessità di individuare, valutare e sviluppare, verificando in campo, date le condizioni ed i sistemi di allevamento tradizionali, un sistema dinamico ed efficace per la tracciabilità e la rintracciabilità del prodotto carne, che verifichi il percorso dall'allevamento al punto vendita, non interferendo con l'attuale sistema definito dalla normativa di legge relativamente all'applicazione del regolamento 1760/00 attuato presso gli stabilimenti e punti vendita, ma con lo scopo di studiarne l'applicabilità e con capacità di rendere questo supporto di sistemi informatici proponibile per le altre realtà produttive.

In sintesi il progetto proposto ha la capacità di generare sviluppo economico locale, e di implementare un sistema di filiera controllata e certificata, esportabile in un processo di internazionalizzazione in altre realtà essendo proposto quale sistema dinamico e di facile applicabilità nelle differenti realtà produttive.

Inoltre disponendo di un sistema di rintracciabilità a mezzo DNA applicato con successo già sul territorio regionale e di una piattaforma per la tracciabilità del sistema carni, viene realizzato sulle Madonie un reale processo di sviluppo di filiera che vede coinvolte le aziende, gli stabilimenti di macellazione e la struttura del Foro Boario di Gangi.

OBIETTIVO SPECIFICO

- Organizzazione e pianificazione delle risorse umane per la filiera delle carni del distretto produttivo;
- Formazione degli operatori della filiera a vario livello (allevatori, operatori della macellazione, selezionatori degli animali *in vitam* e delle carni, addetti alla vendita, ecc.)
- Coinvolgimento degli enti pubblici (Assessorato Agricoltura e Foreste, Assessorato Cooperazione e Commercio, Artigianato e Pesca, Sanità, ecc) e privati (consorzi di produttori, consorzi di tutela) interessati al sistema qualità carne;
- Rafforzamento del processo produttivo della carne;
- Definizione ed analisi punti critici del percorso in vitam e post mortem dell'animale;
- Applicazione del sistema informatico di tracciabilità della carne;
- Controllo di qualità sulle carni prodotte;
- Divulgazione a mezzo interventi formativi a vario livello (corsi di formazione, stage, convegni, meeting, azioni dimostrative, ecc.) sul prodotto carne attraverso le azioni prodotte ed i risultati ottenuti;
- Definire e consolidare i contatti con gli organismi, regionali, nazionali e comunitari;
- Attuare programmi di ricerca per il ricambio del patrimonio genetico animale e sostenere finanziariamente detto ricambio;
- Costituzione piattaforme di produzione della carne secondo le differenti esigenze del mercato;
- Utilizzazione ai fini della ricerca applicata sul distretto produttivo "Filiera delle carni bovine delle aree interne della Sicilia", del foro boario di Gangi.

SCHEMA SPERIMENTALE E BASE DI PARTENZA

L'attività di promozione e valorizzazione viene programmata ed avviata nell'area del distretto produttivo.

Per lo sviluppo del programma di lavoro, occorre mettere a punto la fattibilità del percorso operativo che consenta di poter procedere per l'espletamento delle attività che vengono di seguito indicate.

Pertanto l'individuazione di un sistema che preveda un percorso che partendo dall'allevamento, procede verso la struttura di ingrasso e finissaggio, continui verso il Foro Boario di Gangi, segue verso lo stabilimento di macellazione e, qualora disponibile, il laboratorio di sezionamento e porzionatura ed infine termina presso il punto vendita.

In particolare il sistema è studiato per mettere a punto un percorso lineare e certo che inizi con l'analisi delle problematiche aziendali degli animali da carne, proceda con lo stabilimento di macellazione, il laboratorio di sezionamento, e che si concluda nel punto vendita finale che presenti requisiti certi e condizioni ideali per l'esecuzione dell'azione pilota.

Per l'attuazione dello schema di lavoro il "progetto" prevede di intervenire modificando l'attuale sistema e rafforzando con le opportune correzioni od interventi l'esistente.

PERCORSO OPERATIVO

1° fase: IDENTIFICAZIONE DELLE AZIENDE

A tale scopo la prima di questa azione pilota consiste nell'individuare nel distretto produttivo, grazie anche alla collaborazione dell'U.O. dell'Assessorato Agricoltura e Foreste ricadenti nel territorio ed ai Consorzi presenti, le realtà zootecniche da carne, di sicuro affidamento e certezza per gli interventi da eseguire, effettuarne il sopralluogo aziendale dove verrà redatto un questionario appositamente preparato, su supporto cartaceo ed informatico, dal Consorzio di Ricerca

Filiera Carni che servirà a raccogliere tutti i dati anamnestici relativi:

- alla conduzione aziendale,
- agli animali,
- all'alimentazione,
- al tipo di pascolo,
- all'incidenza delle patologie nutrizionali,
- ai vari aspetti commerciali e quant'altro necessario per costituire una banca dati.

I questionari, compilati e trasferiti su sistema informatizzato del CoRFilCarni costituiranno la base di partenza per “individuare”, le aziende che presentino le caratteristiche “certe” ideali e peculiari ai fini del programma di lavoro e siano “dotate di strutture e attrezzature idonee a garantire un sano ed equilibrato sviluppo degli animali, in particolare per quanto riguarda gli spazi, l'alimentazione, l'igiene in funzione del tipo di gestione”. Le aziende dovranno essere in regola con la normativa comunitaria regionale vigente in materia di sanità pubblica veterinaria.

Il programma prevede a seguire la creazione della piattaforma di gruppi di animali individuati nelle aziende, oggetto della ricerca, i quali verranno identificati in maniera omogenea per tipo genetico, peso vivo, età, sesso, tipologia di alimentazione e luogo di provenienza.

L'obiettivo pertanto del lavoro mira, nell'arco dei tre anni, alla realizzazione di un sistema, con capacità di internazionalizzazione, dinamico ed operativo per la commercializzazione del sistema produttivo della carne nel distretto, sia essa proveniente da razze autoctone (Cinisara e Bovina Siciliana) o incroci, sia da animali importati da altri paesi ed sottoposti ad ingrasso e finissaggio in Sicilia, nonché valutare le diverse tipologie di allevamento, individuando le variabili ed i punti critici che interferiscono positivamente o negativamente con la produzione, la qualità e il commercio di carne prodotta con determinati requisiti.

I dati raccolti costituiscono una banca dati capace di programmare ed avviare in seguito le elaborazioni e gli studi per individuare i sistemi di allevamento più idonei alla

produzione di carne proponibile per il mercato, individuando nel contempo gli operatori del settore pronti a sviluppare anche nuovi percorsi operativi.

2° fase: IDENTIFICAZIONE DEGLI ANIMALI

Per ciascuna azienda verranno individuati gli animali, che con opportuna identificazione dettagliata per ogni singolo capo, ad opera del personale del CoRFilCarni, permetterà la creazione di gruppi omogenei in funzione del tipo genetico, del peso vivo, dell'età, del sesso e degli altri parametri ritenuti di volta in volta interessanti ai fini del programma di lavoro.

L'identificazione degli animali si affianca alle procedure previste dalla normativa vigente e prevede l'applicazione di una marca auricolare tonda (maschio + femmina) stampate a laser con codice composto da cifre identificative del Consorzio Ricerca Filiera Carni e le cifre per il codice identificativo del soggetto.

L'applicazione delle marche auricolari viene eseguita dal personale del CoRFilCarni e prevede il recupero immediato di un lembo di cute in apposita provetta già con trascrizione del codice identificativo stampigliato dell'animale e che servirà per il test del DNA.

E' prevista l'apposizione di marche auricolari con analisi del DNA sul totale degli animali in vita e successivo prelievo random sul 10% - 20% di carne direttamente presso i punti vendita ad opera dei tecnici del CoRFilCarni.

In questa fase il progetto di ricerca prevede il caricamento, la registrazione dei dati che riguarda l'identificazione degli animali su computer, insieme ai dati inerenti il passaporto dell'animale, del numero auricolare obbligatorio dell'anagrafe bovina nazionale. I dati vengono quindi inviati via internet al server del CoRFilCarni.

3° fase: ALIMENTAZIONE

Questa azione pilota, prevede insieme alla raccolta dei dati aziendali, la valutazione del piano alimentare adottato in azienda, quella degli alimenti (foraggi, materie prime, mangime, integratori vitaminici e minerali, additivi) a

disposizione dell'allevatore, le quantità utilizzate e le caratteristiche legate alle modalità di somministrazione.

Qualora impiegato mangime commerciale viene indicato il tipo e si preleva il cartellino mentre, se trattasi di composizione aziendale si elencano le materie prime utilizzate nelle percentuali e nel peso. Viene altresì valutato il pascolo, la qualità e le caratteristiche nutrizionali e sensoriali.

L'effettuazione del prelievo del campione di alimenti avviene periodicamente per le successive analisi di laboratorio al fine di verificare le caratteristiche fisico-chimiche e di sanità degli alimenti utilizzati.

A tal proposito riveste fondamentale importanza il prelievo e la formazione del campione che rappresenta la prima tappa di un processo che, attraverso l'analisi chimica, mira ad individuare le caratteristiche dell'alimento.

E' necessario che il laboratorio di analisi operi secondo le normative e che il campione sia rappresentativo della partita di prodotto da cui proviene.

Il principale ostacolo che si deve superare per il conseguimento di questo fine è costituito dalla eterogeneità della massa da campionare. Alla disomogeneità iniziale si ovvia prelevando piccole quantità di prodotto in punti diversi della massa per poi riunirli in un campione medio che, previa adeguata miscelazione, subisce una riduzione di massa fino ad ottenere il campione (500/1.000 grammi circa) in funzione dal numero di analisi da effettuarsi.

Tra gli aspetti "qualitativi", da attenzionare particolarmente rientra anche l'importante capitolo della manipolazione dei campioni fino al loro arrivo al laboratorio d'analisi.

Innanzitutto raccogliere e conservare il campione da inviare al laboratorio d'analisi in contenitori che consentano di mantenere invariate le caratteristiche del prodotto. In genere i sacchetti di plastica di adeguata consistenza si prestano ottimamente allo scopo. E' comunque preferibile evitare, per prodotti acidi (insilati per esempio) i contenitori di metallo, meglio quelli di vetro.

Questi contenitori, come pure gli strumenti eventualmente impiegati, si intendono puliti ed asciutti: non usare quindi sacchi che contenevano fertilizzanti, sali od integratori. Il campione, chiuso nel contenitore e ben pressato, va recapitato al laboratorio di analisi quanto prima possibile, entro 3-4 giorni dal prelievo, e mantenuto fino a quel momento in frigorifero o congelato per periodi di tempo più lunghi. E' deleteria una prolungata permanenza nel cofano surriscaldato dell'automobile: un piccolo frigorifero portatile, rappresenta una buona soluzione.

L'analisi di laboratorio che verranno eseguite sui campioni di alimenti riguarderanno gli aspetti di natura fisica, granulometrica, chimica e di sanità tra cui di particolare interesse nutrizionale:

- **Umidità**
- **Protidi grezzi**
- **Lipidi grezzi**
- **Fibra grezza**
- **NDF** "Neutral-detergent fibre" o fibra residua al detergente neutro.
- **ADF** "Acid-detergent fibre" o fibra residua al detergente acido.
- **ADL** "Acid detergent lignine" o lignina
- **Ceneri, ecc**

Un'altra importante valutazione dovrà essere, infine, effettuata riguardo all'importanza, anche economica, della salvaguardia della biodiversità animale e vegetale.

Nel corso degli ultimi anni il consumatore italiano ha sviluppato una crescente sensibilità ed attenzione verso le produzioni tipiche e di qualità e, più in genere, riguardo ai temi della sicurezza alimentare.

Una tale evoluzione, oltre ad essere effetto fisiologico diretto dello sviluppo economico generale e dell'aumento dei livelli di

reddito disponibile, è stata, ultimamente, determinata anche dalle ripetute apprensioni derivate dai diversi problemi di carattere sanitario (BSE, varie contaminazioni determinate da residui di sostanze tossiche negli alimenti ...) che hanno investito il sistema agro-alimentare nel suo complesso.

Per quanto detto sopra, il CoRFilCarni, predispone un piano di ricerca applicata capace di monitorare gli alimenti zootecnici, impiegati sul territorio, predisponendo le opportune analisi di laboratorio effettuate su campioni random di alimenti zootecnici per la ricerca anche di eventuali residui chimici, al fine di realizzare una mappa sulla qualità delle materie prime.

4°fase: ANIMALI RILIEVI IN VITAM

Periodicamente e sugli animali, individuati e monitorati in funzione delle condizioni e della tipologia aziendale, del numero di animali presenti in allevamento, e delle condizioni di sicurezza per l'effettuazione dei prelievi, verranno eseguite le rilevazioni zootecniche che comportano:

- Peso vivo individuale
- Incrementi ponderali medi giornalieri (IPMG)
- Valutazioni dello stato igienico-sanitario degli animali

Il sistema produttivo zootecnico, legato alla produzione della carne, è soggetto ad influenze anche di ordine sanitario, molto spesso non valutate attentamente dall'allevatore e che si ripercuotono in maniera significativa nell'economia gestionale dell'allevamento in termini di prestazioni produttive.

La sanità animale legata strettamente agli aspetti parassitologici, mai indagata in maniera approfondita sull'intero territorio siciliano, necessita al fine di una pianificazione zootecnica che tenga conto anche di questa variabile, di indagini approfondite.

In particolare i parassiti dei vitelli da carne possono rappresentare un grosso ostacolo nel corso della fase di ingrasso e di finissaggio, poiché sono in grado di arrecare gravi danni compromissori delle performances zootecniche

(incremento ponderale, indice di conversione alimentare, ingestione alimentare, ecc) ed indurre nel contempo una vastissima gamma di patologie, alcune delle quali contraddistinte da risvolti zoonosici.

L'obiettivo dell'azione pilota è anche quello di condurre un'indagine epidemiologica del distretto produttivo riguardante le parassitosi del bovino, attraverso indagini parassitologiche dirette e analisi copromicroscopiche quali-quantitative, al fine di sensibilizzare gli allevatori alla problematica.

La raccolta del materiale da analizzare sarà corredata da una scheda anamnestica relativa alle condizioni di allevamento del bovino, ai trattamenti antiparassitari ricevuti, alla sua origine, razza, destinazione ed al tipo di alimentazione somministrata. Questi dati, interfacciati con i risultati parassitologici, permetteranno la valutazione dell'analisi del rischio.

5° fase: RILIEVI POST MORTEM

Questa azione pilota prevede la presenza dei tecnici del CoRFilCarni durante la macellazione per analizzarne le differenti fasi, registrare i punti critici che saranno oggetto in seguito di verifica, riscontrando anche sugli operatori della macellazione eventuali elementi di discussione e proposte per gli interventi formativi.

In particolare, le attività di controllo che vengono registrate presso gli stabilimenti di macellazione riguarderanno la valutazione di tre ordini di fattori condizionanti la qualità della carne:

1. Valutazione delle condizioni degli animali all'arrivo allo stabilimento e delle modalità di trattamento degli stessi;
2. Valutazione dell'igiene della macellazione (igiene della struttura, del personale, della lavorazione, ecc.);
3. Valutazione delle tecniche di macellazione, stoccaggio e trasporto delle carni;
4. Valutazione tecnico-economica a mezzo anche griglia di classificaione carni SEUROP.

I singoli parametri relativi ai tre ordini di fattori suddetti sono esposti in una scheda di raccolta dati. Quest'ultima, impostata secondo metodologia già utilizzata in numerose indagini (SMQ – SISTEMA MONITORAGGIO QUANTITATIVO), consentirà di ottenere punteggi per ogni ciclo di macellazione monitorato. Tali punteggi potranno essere accoppiati ai dati relativi in allevamento ed a quelli ottenuti dopo il sezionamento, fornendo, dunque, globalmente, punteggi sul livello qualitativo del processo con cui un dato taglio di carne è stato prodotto.

Tali indicazioni, opportunamente "collegate" al sistema di identificazione delle carni, forniranno al tecnico da presentare al consumatore finale, indicazioni che vanno ben al di là di quanto voluto dalla normativa vigente in materia di etichettatura delle carni bovine. Ciò, da un lato fornisce un particolare valore aggiunto a tali prodotti, dall'altro può costituire un modello applicativo esportabile ad altre realtà zootecniche.

Al macello, parallelamente a quanto previsto dalle normative vigenti, gli animali saranno presi "in carico" nel sistema informatizzato predisposto ad hoc.

Il progetto di ricerca attraverso la informatizzazione del sistema prevede che la macellazione di ogni carcassa, quarto o taglio anatomico venga identificato con lo stesso codice che identificava l'animale in vita. Quindi si valuterà la fase di registrazione dello "scarico" della carcassa, mezzena, quarto dal macello e si procederà alla verifica del trasferimento della carne presso stabilimento di sezionatura – porzionamento o al punto vendita finale, dove sarà messo a punto accanto alla normale attività del macellaio un sistema informatico di "carico-scarico" del prodotto finale.

I dati saranno gestiti on-line su un server predisposto presso la sede del Consorzio.

Le carcasse o mezzene identificate, saranno seguite fino alla

loro lavorazione e saranno effettuati prelievi di muscolo sulle

quali si eseguiranno le seguenti indagini:

- **Caratteristiche nutrizionali** (proteine, grassi, colesterolo, collagene, ferro, ecc.)
- **Caratteristiche tecnologiche** (calo peso, tenerezza, colore, shelf life)
-
- **Caratteristiche organolettiche** (sensoriali)
- **Resistenza all'ossidazione**
- **Caratteristiche sanitarie** (residui, ecc)
- **Analisi batteriologiche in superficie ed in profondità**

Modalità di allevamento e rilievi alla macellazione

Nella definizione delle caratteristiche produttive, sotto il profilo quantitativo e dal punto di vista qualitativo dei bovini da carne il programma di lavoro prevede l'esame di opportuni rilievi convenzionali sulle carcasse, compresa la valutazione della carcassa secondo griglia SEUROP e la resa in tagli commerciali.

Valutazione della conformazione della carcassa

Il progetto di ricerca si propone di distinguere, nella scala delle variazioni presentate dalla conformazione, sei classi generali che vanno dalla più scadente (classe P) alla migliore conformazione (classe S), cioè quella in cui le masse muscolari sono più sviluppate.

Tuttavia, ogni classe può essere suddivisa in tre sottoclassi. In ciascuna classe, infatti, viene proposto di considerare se la conformazione corrisponde esattamente alla definizione del valore medio, o se questa si discosta leggermente al di sotto o al di sopra, pur restando nei limiti riconosciuti per la classe generale di conformazione (G. U. n. 193 del 20/08/1998).

QUALITA' delle CARNI

Parametri di qualità della carne bovina: determinazione e loro significato

La qualità della carne può essere definita come l'insieme delle caratteristiche che ne determinano il grado di accettabilità da parte del consumatore. La valutazione della qualità viene fatta in momenti diversi interessando l'allevatore, il macellatore,

l'addetto vendita ed il consumatore, ma in ogni caso in funzione di quest'ultimo, che nel suo giudizio tiene prevalentemente, anzi quasi esclusivamente, conto degli attributi organolettici.

Per quanto concerne l'aspetto nutritivo il consumatore tiene di solito presente soltanto il tenore in grasso, attualmente quasi sempre valutato come fattore negativo. In genere si ritiene la carne alimento di pregio in quanto costituito da proteine nobili perché di elevato valore biologico, ben digeribile e tollerabile, di basso valore calorico, ben dotato di principi nutritivi indispensabili, cioè vitamine, oligoelementi, acidi grassi essenziali.

Sull'aspetto tecnologico possiamo innanzitutto osservare che il consumatore limita per forza di cose il giudizio oltre che al calo di cottura, alla conservabilità della carne acquisita, notando le perdite di acqua e, in qualche caso, la durata della conservazione prima che intervengano modificazioni segnalate prevalentemente dalla comparsa di modificazioni del colore ed odori sgradevoli.

Nell'ambito della lavorazione della carne quale prodotto pronto per la vendita interessa analizzare anche altri parametri quali il calo peso, l'attitudine alla frollatura (tempo di maturazione delle carni) ottimale consentendo un idoneo abbassamento del pH ed un aumento della tenerezza. Per il mercato riveste importanza anche la conservabilità del prodotto e la possibilità di ricavarne tagli della forma e delle dimensioni richieste dal consumatore.

E' indispensabile quindi valutare le caratteristiche prima citate ed effettuare la misura dei principali parametri.

L'indicazione che se ne trae per ciascun prodotto in esame, consente poi ai singoli consumatori di definire l'accettabilità.

Le caratteristiche di qualità debbono essere misurate con metodi obiettivi siano essi strumentali, chimici o fisici, oppure sensoriali.

In particolare esistono oggi formulazioni di riferimento abbastanza accurate sulla misura del pH, del colore, della tenerezza, sulle prove sensoriali e sulle metodiche di analisi chimica.

Il pH

La determinazione del pH è importante per i legami esistenti tra questo parametro ed alcune fondamentali caratteristiche quali il colore, il potere di ritenzione dell'acqua, la tenerezza, l'aroma.

La variazione del pH caratterizza buona parte del processo di maturazione della carne. Dipende da numerosi fattori tra i quali ricordiamo, oltre a quelli genetici o legati alle tecniche di allevamento o di alimentazione, le condizioni degli animali prima della macellazione, nonché la macellazione stessa e le operazioni di raffreddamento e di frollatura. Sulla carcassa il pH va misurato con elettrodo a lancia alla profondità di almeno 1 cm, mentre in laboratorio l'esame può venir fatto sulle carni o su una miscela in parti uguali di muscolo e soluzione fisiologica.

Il colore

Il colore è forse la prima caratteristica di qualità valutata dal consumatore, che lo ritiene indice di tenerezza e di freschezza delle carni e che quindi può influenzare in modo determinante la scelta del consumatore. I parametri colorimetrici si determinano con un colorimetro su una superficie di carne fresca di taglio, protetta con un film plastico ad elevata permeabilità all'ossigeno ed esposta all'aria per 1 ora. La misurazione viene eseguita sul campione prelevato dopo 24 h dalla macellazione e successivamente alcuni giorni, preferibilmente fino a 8 giorni, dopo la stessa. Esistono sistemi di misura diversi ma equivalenti CIE (X, Y, Z, Tristimulus) e Hunter (L, a_L , b_L) con possibilità di passaggio con formule matematiche fra i valori misurati nei due casi (ASPA).

La ritenzione dell'acqua

La capacità di trattenere l'acqua è un attributo di notevole importanza in quanto influisce sull'aspetto della carne cruda, sul suo comportamento durante la cottura e sulla succosità durante la masticazione. La valutazione viene effettuata con il metodo gravimetrico (ASPA).

La tenerezza

Esame previsto e molto importante perché al momento dell'acquisto il consumatore valuta la tenerezza considerando il colore e la grana della carne, che suppone tanto più dura quanto più è intenso il primo e grossolana la seconda.

Per la determinazione della tenerezza in laboratorio si prelevano almeno 4 tasselli cilindrici di mezzo o un pollice di diametro, a seconda delle dimensioni de muscolo, ottenuti tramite un campionatore in acciaio, oppure dei tasselli cubici di un centimetro di diametro. Tali tasselli vengono sottoposti ad analisi reologica mediante apparecchiatura corredata del dispositivo per il test del Warner Bratzler Shear Force (WBS). La registrazione dello sforzo compiuto dalla lama per tagliare il campione viene espresso in kg/cm² (ASPA).

La conservabilità

La conservabilità delle carni è un parametro di notevole importanza nella definizione del concetto di qualità della carne in quanto relazionata a molteplici aspetti tra cui quelli igienico-sanitari, organolettici, nutrizionali, della comodità d'uso, dell'attitudine alla preparazione e trasformazione, ecc.

Tale parametro dipende, sinteticamente, da molteplici fattori quali:

- la concentrazione e lo stato chimico dei protidi, lipidi e glucidi della muscolatura;
- l'attività degli enzimi autoctoni;
- le variabili fisico-chimiche del substrato;
- il grado di contaminazione batterica endogena ed esogena.

Come si può ben capire, i suddetti parametri sono fortemente dipendenti dall'intero magagement di tutta la filiera produttiva. In particolare, prendendo in considerazione le problematiche connesse alla contaminazione batterica endogena, è noto che, al di là delle batteriemie di origine patologica, note cause di contaminazioni profonde delle masse muscolari, notevole importanza rivestono, dal punto di vista igienico-sanitario, le batteriemie transitorie conseguenti a condizioni stressanti che possono verificarsi nelle fasi immediatamente precedenti la macellazione, alla digestione in atto, al digiuno prolungato, ad un lungo e faticoso trasporto, ai dismicrobismi intestinali, ecc. Esse sono, oltretutto, più insidiose per l'assenza di riscontri clinici ed anatomo-patologici.

L'importanza di tali contaminazioni, oltre che per il loro potenziale impatto sulla salute del consumatore, deriva dalla notevole interferenza che esse possono avere sulla conservabilità delle carni e, molto spesso, se associate ad

improprie condizioni di conservazione, sull'insorgenza di gravi alterazioni (putrefazione profonda, "puzzo d'osso", ecc.).

Relativamente alle contaminazioni esogene, invece, queste, come ben noto, interessano quasi esclusivamente la superficie della carcassa e sono fortemente dipendenti dall'igiene degli animali in arrivo al mattatoio oltre che, ovviamente, dall'igiene dell'intero processo di macellazione e successiva trasformazione.

Peraltro, le contaminazioni esogene possono ritenersi inevitabili, dal momento che una certa quantità di batteri ambientali, fecali e di origine umana tende a depositarsi sulla superficie delle carni nel corso del processo produttivo; tuttavia il contenimento di tale contaminazione attraverso il controllo dei principali fattori che ne condizionano il manifestarsi può essere alla base di una maggiore conservabilità delle carni.

Alla luce di tali generiche considerazioni, oltre al controllo dell'igiene del processo, come precedentemente accennato, il monitoraggio batteriologico della superficie della carcassa e della muscolatura profonda fungerà da sistema di verifica di buona parte del controllo di filiera messo a punto in tale progetto.

Analisi sensoriali

La ricerca prevede inoltre l'analisi sensoriale che viene definita come l'esame, effettuato mediante gli organi di senso (assaggio, valutazione visiva del colore, visiva e tattile dell'aspetto), sulla carne.

La prova di assaggio è ancora ritenuta, allo stato attuale della ricerca, decisiva ai fini della valutazione delle carni e di altri alimenti.

Per la valutazione questa verrà effettuata, in relazione alle finalità della ricerca ed al tipo di test impiegato, dal "consumatore medio" oppure da esperti. Il primo è utilizzato come valutatore nei test effettivi ed è il solo in grado di formulare un giudizio indicativo del gradimento da parte del consumatore. Per avere risultati validi si dovrà far ricorso ad un gruppo costituito da almeno un centinaio di persone anche se l'eterogeneità della carne limita tale numero. Il campione

prescelto dovrà essere rappresentativo, rispecchiando anche la composizione della popolazione da cui è stato tratto.

L'esperto, invece, è utilizzato come valutatore nei test analitici. Entra a far parte di un piccolo gruppo, costituito da 5-7 persone. A tal proposito è previsto nel corso del progetto, un corso di formazione quale esperto valutatore.

Analisi chimiche

E' noto che la carne è costituita essenzialmente da proteina, seconda quantitativamente solo all'acqua, nonché da lipidi, ceneri, glucidi e vitamine, ed in genere si fa riferimento nelle analisi prevalentemente ai primi cinque che risultano, almeno ponderalmente, i principali costituenti. I metodi di analisi più diffusi sono quelli proposti dall'A.O.A.C. (1980 e 1984) e dall'A.S.P.A. (1996).

Elementi di internazionalizzazione del sistema

IL SISTEMA DI GESTIONE MULTIMEDIALE DELLA FILIERA DEL DISTRETTO PRODUTTIVO “FILIERA DELLE CARNI BOVINE DELLE AREE INTERNE DI SICILIA”

Lo scopo del progetto di ricerca è anche quello di mettere a punto un **Sistema Controllo Qualità** delle carni bovine da poter applicare in altri paesi per migliorare lo spazio di integrazione soprattutto con quelli in fase di ingresso in ambito comunitario. Il Sistema Controllo Qualità offre spunti di ordine gestionale, formativo, tecnico e professionale tale da favorire l'applicabilità, nelle condizioni ordinarie della filiera carne partendo dal distretto produttivo; pertanto applicabilità, flessibilità e dinamicità di un sistema di tracciabilità, che utilizza la gestione informatizzata del sistema carni bovine da integrarsi con gli altri paesi fornitori, partendo dall'animale in vitam fino al post mortem.

E' prevista la gestione delle attività informatiche a mezzo server ad elevata potenza con interconnessione alla rete internet da effettuarsi con collegamenti a banda larga.

Il server centrale è predisposto per ricevere i database, gli applicativi di acquisizione telematica dei dati, di gestione e controllo dei dati, di generazione automatica dei dati di tracciabilità e della programmazione dei terminali periferici nei punti vendita.

L'acquisizione dei dati sarà effettuata direttamente alla fonte dove i dati si generano e vengono scambiati con protocolli standardizzati di trasferimento delle informazioni tra sistemi informativi.

Si prevede, valutate le indicazioni del territorio, di configurare due diverse modalità che creano diverse esigenze di dati e dei relativi flussi per avere un sistema informativo in grado di erogare servizi finali di etichettatura efficaci.

I principali soggetti coinvolti sono:

Allevamenti

Il sistema prevede di raccogliere le informazioni relative agli allevamenti che vengono acquisite in diversi modi ed in particolare attraverso i dati delle anagrafiche disponibili a livello regionale o altro documento in possesso delle aziende agricole, insieme ai dati anamnestici raccolti dai tecnici del CoRFilCarni.

Impianti di macellazione

I tecnici presenti presso gli stabilimenti per le operazioni di macellazione, opereranno parallelamente, analizzando le informazioni relative alle anagrafiche degli animali macellati e delle destinazioni delle carcasse ai punti vendita.

Il sistema prevede che gli stessi tecnici trasmettano al server centrale di gestione i dati relativi alla macellazione con diverse modalità dipendenti dall'organizzazione dei macelli stessi.

Inoltre i dati relativi alla macellazione degli animali corrisponderanno al contenuto del registro di macellazione di cui all'art. 2 comma 7 del DM del 30 agosto 2000 recante "sistema obbligatorio e facoltativo di etichettatura della carne bovina sulla gazzetta ufficiale n 268 del 16 novembre 2000".

I punti vendita e i dettaglianti

Il sistema prevede una dotazione informatizzata da posizionare presso il punto vendita.

Il programma di lavoro prevede di definire alcuni aspetti legati anche all'addetto alle vendite individuando i punti critici e verificando l'applicabilità e la capacità di gestire un sistema informatizzato, capace di semplificare alcuni percorsi dello stesso addetto.

Alcune operazioni informatizzate comportano pertanto:

- *Certificazione elettronica – computer*: predisporre presso il punto vendita di un computer collegato ad internet con compito di scaricare-stampare il certificato, e gestire i quantitativi di carne venduta. I quantitativi vengono scalati con intervento del macellaio che dichiara la quantità venduta.

- *Sistema integrato con le bilance*: predisporre presso il punto vendita di una bilancia programmabile e di un computer collegato ad internet. Il computer permette di scaricare il certificato, ed inoltre gestisce la bilancia. La gestione della bilancia consiste nell'invio dei dati relativi alla carne in vendita dal computer alla bilancia, in quanto questi dati vengono

riportati in coda allo scontrino per ogni taglio di carne acquistata. Inoltre il computer gestisce i quantitativi della carne leggendo dalla bilancia i quantitativi venduti.

I tecnici del CoRFilCarni che operano presso lo stabilimento di macellazione inseriranno i dati delle macellazioni (peso carcassa, n° macellazione, data macellazione, caratteristiche dell'animale, ecc.) trasmettendoli in tempo reale al server centrale. Il server controlla i dati pervenuti, verifica se esiste la matricola indicata, e se questa non è stata dichiarata già macellata da altri, e che non sia sottoposta al blocco. Se il controllo effettuato definisce l'animale idoneo, viene aggiornata l'anagrafica dell'animale sul server che sarà in grado di emettere i certificati per la matricola controllata.

Lo stabilimento di macellazione emette il certificato assegnando ogni animale validato dal server alla macelleria di destinazione specificandone il peso. Il server genera il certificato di tracciabilità che è disponibile per essere estratto dalle macellerie informatizzate oppure dal tecnico al macello per inviare i certificati cartacei ai punti vendita che ricevono la carne.

Pertanto tutto il processo che prevede la tracciabilità delle carni lavora in termini di centralizzazione dei dati ed ha lo scopo di studiare e verificare oltre alla possibilità operativa quella di analizzare altre caratteristiche importanti quali:

- la possibilità di disporre di un unico certificato per punto vendita anche se la carne in vendita proviene dai macelli diversi;
- la possibilità di una gestione remota delle irregolarità con capacità di intervenire sull'animale, sull'allevamento, in macelleria o presso lo stabilimento di macellazione;
- la possibilità per l'utente di verificare i dati relativi alla carne che ha acquistato;
- la verifica della tracciabilità inversa (ossia verificare in quali macellerie sono in vendita gli animali di un determinato allevatore);
- rendere accessibile il server dai cellulari WAP per effettuare i controlli;
- verificare la riduzione dei costi per effettuare i controlli necessari.

LE INFORMAZIONI PER I CONSUMATORI

Il sistema informativo centrale, allocato presso la sede del CoRFilCarni, serve a studiare la possibilità di alimentare i siti Internet degli enti pubblici, privati e delle organizzazioni che parteciperanno al sistema rendendo disponibili per il consumatore le informazioni necessarie inerenti la carne acquistata od in vendita nelle macellerie, inserendo a tal uopo alcuni parametri indice di sicurezza alimentare e di qualità nutrizionale ed igienico-sanitaria.

E' previsto l'aggiornamento dei dati che saranno disponibili in tempo reale per il consumatore.

I servizi principali del sistema oggetto di ricerca risultano:

- Verifica degli scontrini rilasciati con controllo delle veridicità di tutte le informazioni contenute;
- Informazioni sull'origine della carne in vendita presso i punti vendita;
- Ricerca della carne preferita. Il progetto prevede di verificare la possibilità che il sistema selezioni un allevamento di gradimento per il consumatore e sapere in quale macellerie è in vendita la carne proveniente da quell'allevamento;
- Servizi di informazione via telefoni cellulari WAP.

I dati sono archiviati in modo indipendente e sotto il totale controllo degli organismi indipendenti di controllo e della autorità competente per cui assumono una valenza elevata per il consumatore.

SISTEMA INTEGRATO DI ETICHETTATURA DELLE CARNI:

Il programma prevede l'applicabilità del sistema di etichettatura delle carni nei punti vendita.

In particolare viene predisposta l'illustrazione del sistema a ritroso partendo dall'applicazione alla carne dell'etichetta per risalire agli animali da cui la carne proviene, alla sua lavorazione e distribuzione.

Lo scopo del sistema è quello di sviluppare un percorso di sicurezza alimentare, sostenuto da un programma di valorizzazione, pubblicizzazione e marketing a vario livello, capace di illustrarlo sotto diverse forme il sistema di tracciabilità e rintracciabilità al consumatore finale.

Questo sistema di etichettatura, già operativo in alcune realtà produttive, permetterà in maniera automatica di emettere lo scontrino completo di tutte le informazioni relative all'animale o agli animali da cui la carne proviene, il dato sarà oggetto di indagine al fine di studiare quali parametri aggiuntivi, vengono richiesti dal mercato e risultano più interessanti e rassicuranti per il consumatore .

Il progetto prevede inoltre di verificare l'applicabilità del sistema agli operatori del settore, i tempi di esecuzione delle operazioni di etichettatura che effettuate in modo automatico, individua i punti critici nel punto vendita.

Il progetto di ricerca prevede inoltre di valutare un sistema di gestione fino a 60 bilance, distribuite in altrettanti punti vendita.

ESTRATTO CARTACEO DEL SISTEMA DI TRACCIABILITÀ/RINTRACCIABILITÀ

Nell'ambito di questa azione pilota, viene attenzionato il sistema di etichettatura che prevede l'emissione di uno scontrino dalla bilancia predisposta e che già riporta tutti i tagli di carne acquistata (filetto, costata, fesa ecc), mantenendo inoltre una contabilità analitica per ogni taglio di carne venduta, assolvendo tutte le incombenze relative al registro di carico e scarico previsto dalle norme nazionali

Il consumatore ritira la carne acquistata, lo scontrino ed il certificato di origine della carne allegato allo scontrino stesso. Il certificato di origine riporta la descrizione estesa del lotto da cui proviene la carne acquistata. Sullo scontrino vengono riportate tutte le informazioni commerciali di un normale scontrino di banco con aggiunte le informazioni sull'origine della carne.

Le informazioni obbligatorie sono le seguenti:

- denominazione completa del punto vendita e relativo codice univoco;
- numero di lotto di carne bovina in vendita;
- paese di nascita di ciascun animale o denominazione e sede dell'azienda di nascita;
- denominazione e sede dell'azienda in cui ha avuto luogo tutto o parte della fase di ingrasso. Se l'ingrasso è parziale viene indicata la data di ingresso dell'animale in allevamento dal...;
- la denominazione e la sede del macello dove è avvenuta la macellazione ;
- il numero di identificazione dell'animale, la categoria, il sesso e la razza;
- la data di macellazione;
- la denominazione dell'organizzazione.

Se le carni contengono pezzi provenienti da bovini diversi l'etichetta riporta solo le informazioni comuni a tutte le carni. In ogni caso il consumatore trova presso il punto vendita un monitor con esposto il certificato di composizione del lotto in vendita.

Il sistema oggetto di indagine prevede un periodo di formazione per l'operatore del banco carni al fine di selezionare direttamente dalla tastiera della bilancia l'animale dal quale proviene il quantitativo di carne che sta pesando per permettere che sullo scontrino risultano trascritti i dati anagrafici completi dell'animale o di tutti gli animali interessati.

Interessante risulterà l'indagine legata alla variabilità di una società multirazziale e multi-etnica, valutate anche le differenti religioni, il progetto di ricerca prevede che il sistema oggetto di studio valuti le esigenze delle minoranze etniche, pertanto in grado di etichettare sia l'origine della carne che la conformità della stessa ai riti Halal per le comunità di rito musulmano e Kascher per le comunità di rito ebraico che richiedono carne bovina macellata e preparata con particolari distinte tecniche di lavorazione.

Il sistema è studiato per prevedere che un monitor sia posizionato nel banco vendita per l'esposizione del certificato,

collegato al sistema di gestione delle attività di etichettatura. Il monitor presenta il certificato del lotto di carne in distribuzione con la descrizione dettagliata di tutti gli animali che compongono il lotto di carne, degli allevamenti di provenienza e degli impianti di lavorazione della carne.

Il sistema è in grado di trasmettere automaticamente su tutti i monitor del punto vendita il certificato del lotto di carne in vendita.

Pertanto il sistema permetterà al consumatore di ottenere la stampa del certificato dell'intero lotto di carne nel quale vengono esposti tutti i dati relativi agli animali. Il Consorzio curerà in apposito sito internet predisposto l'inserimento dei punti vendita, e renderà visibile ogni operazione inerente il sistema

ETICHETTATURA DELLA CARNE PRECONFEZIONATA

Lo studio prevede la verifica che l'etichettatura della carne preconfezionata sia gestita con il sistema operativo computerizzato in connessione con le bilance dei punti vendita comprese quelle dei laboratori di porzionamento e sezionatura e confezionamento. L'analisi del sistema verifica l'applicabilità del processo attraverso un server che contemporaneamente gestirà le bilance del punto vendita.

Mentre il banco vendita al taglio della carne fresca vende ed etichetta un lotto di carne quello del centro di confezionamento può etichettare le vaschette con i dati di un singolo animale o con i dati del lotto in corso di confezionamento.

I punti vendita che confezionano la carne in vaschetta applicano direttamente sulle confezioni il numero di lotto insieme al peso, la data di confezionamento, il prezzo e le altre normali informazioni dell'etichetta. L'etichetta riporta le medesime informazioni sull'origine della carne riportate sugli scontrini del banco al taglio. La bilancia distingue automaticamente la carne bovina da quella di altre specie che non deve essere etichettata in modo speciale, semplicemente dall'articolo il sistema individua se deve stampare l'etichetta per la carne bovina o un'etichetta normale.

FLUSSO DI DATI PER IL SISTEMA DI ETICHETTATURA OBBLIGATORIA DELLE CARNI BOVINE CONFORME AL REGOLAMENTO 1760/2000 CEE

Pertanto è previsto che il sistema di etichettatura utilizzi un server centrale che andrà a gestire telematicamente i dati necessari per l'etichettatura.

Il suddetto server disporrà di una banca dati relativamente a tutta la filiera carne pertanto aziende, animali, stabilimenti e percorso di macellazione, punti vendita.

Le banche dati relative all'anagrafe degli allevamenti e degli animali verranno aggiornate in tempo reale.

I dati di macellazione e gli abbinamenti animale - macelleria saranno trasmessi a mezzo notebook in dotazione ai tecnici del CoRFilCarni che dallo stabilimenti di macellazione trasmetteranno al Consorzio e ai punti vendita quanto predisposto negli stabilimenti di macellazione. La trasmissione dei dati effettuata dal gruppo di lavoro predisposto dal CoRFilCarni, non comporterà un ulteriore lavoro a carico degli stabilimenti, in quanto questi continuano ad operare con un registro di macellazione dove risultano i dati degli animali macellati; ai dati raccolti per legge si aggiunge solamente il codice della macelleria di destinazione. I dati sul server centrale sono inviati mediante un apposito programma.

Lo stabilimento di macellazione che dispone di un proprio programma gestionale, dialogheranno a mezzo file standard in posta elettronica.

Nell'ambito del progetto vengono effettuate le verifiche che comprendono:

- il controllo dell'animale dichiarato macellato e pertanto che non sia macellato da altri;
- il controllo dell'animale dichiarato macellato e pertanto che non sia soggetto a blocco ASL;
- il controllo dell'allevamento di provenienza dell'animale macellato che non sia soggetto a blocco ASL.

Il sistema, effettuate le necessarie verifiche, prevedendo la creazione e la stampa di un certificato, in automatico il server associa un numero lotto commerciale per punto vendita.

I dati inviati al server da parte degli stabilimenti di macellazione sono estratti dalle macellerie per comporre il certificato della carne in vendita.

Il server centrale è predisposto per collegamento internet.

Inoltre il server è predisposto per dichiarare non idoneo un animale, un allevamento oppure per escludere dal circuito di certificazione una macelleria o uno stabilimento di macellazione.

Oltre a questi compiti gestionali, il server informa il cliente tramite internet sulla provenienza della carne in vendita nelle macellerie.

Avere i dati disponibili on-line permette di avere una “tracciabilità inversa” cioè fornendo il numero di lotto commerciale di carne in vendita è possibile risalire agli animali che erano in vendita al momento e consente di trovare immediatamente in quali punti vendita è presente carne proveniente da un certo allevamento.

Il sistema recepisce tutte le indicazioni relative al “Protocollo per la standardizzazione dell’interscambio dati tra sistemi informativi agricoli” definito dal MIPAF.

CONCLUSIONI

Il sistema centralizzato pertanto è predisposto per acquisire dati da più soggetti e ciascun soggetto inserisce i dati di propria competenza, assicurando la massima trasparenza.

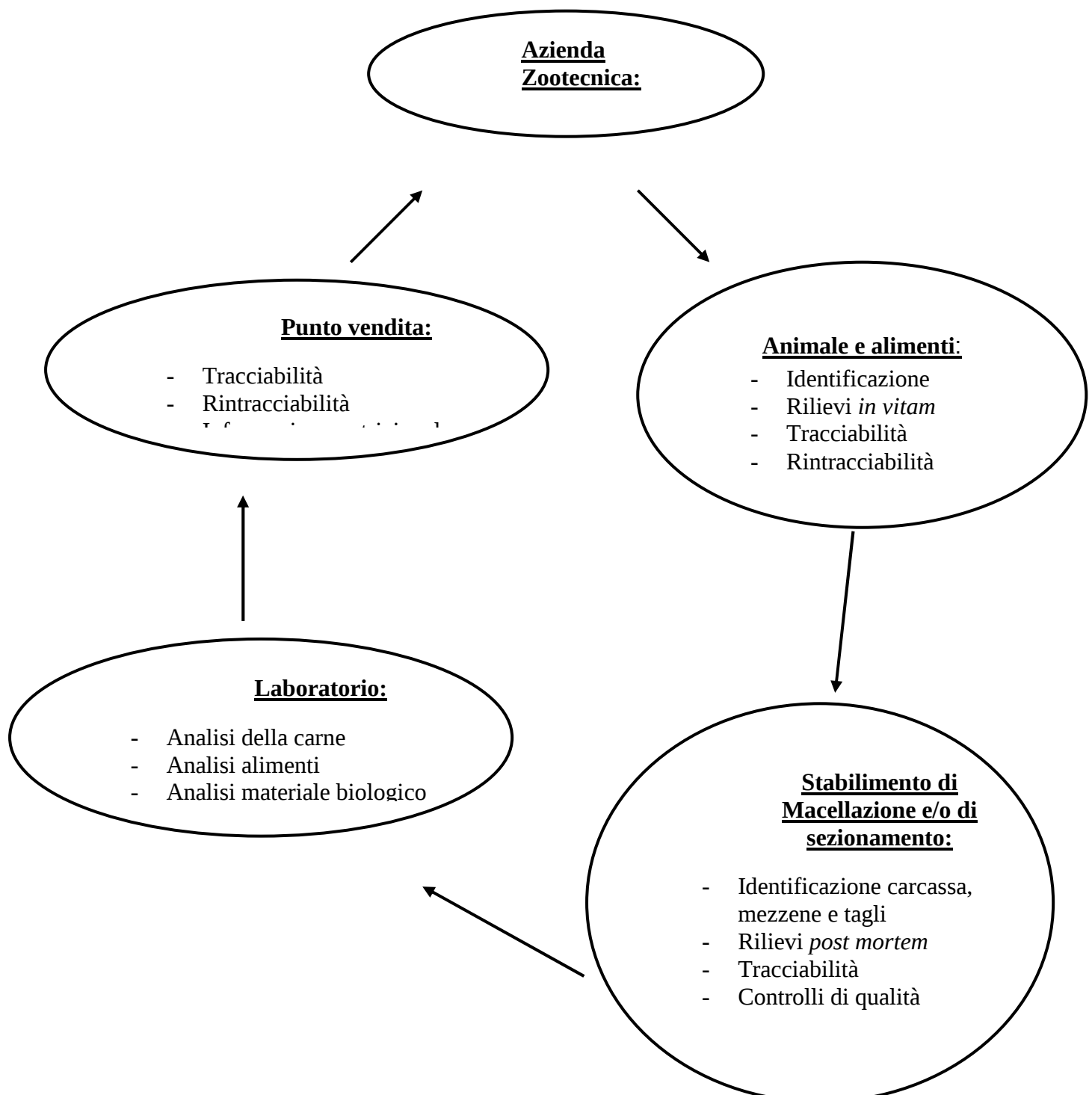
Il sistema consente di individuare, in maniera “certa” la carne proveniente dal Distretto Produttivo e di tipizzare il prodotto.

I consumatori possono controllare le informazioni sulla tracciabilità delle carni attraverso un sito internet che è in grado di distribuire le informazioni di più di un organismo e di moltissimi punti vendita contemporaneamente. In proposito è stato predisposto un apposito sito destinato alla filiera che interessi principalmente il consumatore finale, sito che

permetterà di individuare, seguire tutto il percorso allo scopo di far visionare al consumatore finale tutto il percorso della carne.

Inoltre presso i punti vendita vengono predisposti appositi banner informativi per l'etichettatura nutrizionale delle carni.

SCHEMA DI LAVORO



PATTO PER LO SVILUPPO DEL DISTRETTO DELLA “FILIERA DELLE CARNI BOVINE DELLE AREE INTERNE DELLA SICILIA”

Relazione sulla COERENZA DEL PATTO CON LA PROGRAMMAZIONE COMUNITARIA, STATALE, REGIONALE E TERRITORIALE

Il presente Patto è organicamente coerente con gli indirizzi e l'implementazione della programmazione comunitaria, statale, regionale e territoriale, in riferimento ai seguenti elementi:

- 1) Cicli di programmazione: ciclo 2000-2006 in corso di attuazione dopo la revisione di medio termine e ciclo 2007-2013 in via di definitiva preparazione;
- 2) Politiche agricole e di sviluppo rurale del ciclo programmatico 2000-2006 e del ciclo 2007-2013;
- 3) Politiche della programmazione negoziata nazionale e della progettazione integrata territoriale;
- 4) Recente attività legislativa e promozionale, da parte della Regione Siciliana, per l'attivazione dei DISTRETTI PRODUTTIVI e dei DISTRETTI AGROALIMENTARI E RURALI;
- 5) Implementazione nelle aree interne della Sicilia, a partire dal comprensorio delle Madonie delle suddette politiche, in particolare attraverso il Patto Agricolo ed il Leader II.

COERENZA CON LA PROGRAMMAZIONE COMUNITARIA 2000-2006

Il progetto, nel suo complesso, si colloca in piena coerenza con i dispositivi della programmazione comunitaria 2000-2006, sotto svariati profili che di seguito andremo a dettagliare:

1) POR Sicilia 2000-2006

Coerenza con i principi ispiratori ed il processo attuativo del complesso delle misure finanziate dal FEOGA nell'Asse IV, in particolare con le misure 4.06, 4.09 e 4.13 b.

Il POR ed il PSR, hanno previsto, sotto il profilo degli aiuti reali, interventi per il comparto zootecnico e per il comparto della trasformazione e della commercializzazione dei prodotti carnei.

Tali interventi rientrano in un disegno più grande volto a migliorare le competitività dei sistemi agricoli ed agro-industriali in un contesto di filiera e sostenere lo sviluppo dei territori rurali delle regioni obiettivo 1.

Nel POR gli interventi destinati in modo esplicito al comparto zootecnico sono riconducibili all'Asse IV "Sistemi Locali di Sviluppo", nello specifico le azioni che si sono attuate hanno puntato al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- *Investimenti aziendali per la zootecnia e per il miglioramento delle condizioni di igiene e benessere degli animali;*
- *Adeguamento e/o ammodernamento di impianti di macellazione e confezionamento esistenti, per la commercializzazione di prodotti a marchio DOP, IGP, AS, di prodotti di pregio e di prodotti innovativi;*
- *Implementare i sistemi di gestione di qualità e di gestione ambientale / ISO 9000 e ISO 14000 o EMAS);*
- *Favorire l'aumento della capacità di conservazione della carne;*
- *Migliorare il trattamento degli scarti di macellazione;*
- *Sostenere la creazione, il riconoscimento comunitario ed il controllo dei prodotti regionali di qualità.*

Gli effetti delle predette azioni sono state valutate - dalla Ernst & Young (Soggetto Valutatore Esterno) e contenute nella valutazione intermedia del POR Sicilia 2000-2006 del dicembre 2005, le cui risultanze di seguito si riportano – rispetto ai due obiettivi contenuti nel QCS e relativi al sistema agricolo e rurale:

1. miglioramento della competitività dei sistemi agricoli ed agro-industriali in un contesto di filiera;
2. sostegno allo sviluppo integrato delle zone rurali.

Per quanto riguarda **le aziende di produzione indagate**, gli effetti verificati possono così essere sintetizzati:

- a) un notevole aumento dei prodotti commercializzati con marchi comunitari (DOP/IGP);
- b) un sensibile aumento dei prodotti commercializzati con marchi nazionali;
- c) un leggero aumento dei prodotti commercializzati provenienti dal segmento biologico.

Per quanto riguarda le **fasi di trasformazione e commercializzazione della filiera**, il dato che si è registrato mostra:

- a) un notevole aumento dei prodotti commercializzati con marchi nazionali;
- b) un sensibile aumento dei prodotti commercializzati con marchi comunitari (DOP/IGP);
- c) una leggera diminuzione dei prodotti commercializzati provenienti dal segmento biologico.

Al riguardo il Patto Distrettuale, recepisce in pieno le indicazioni rassegnate dalla Ernest & Young ed interviene concretamente, in quanto integra e completa il processo di riconoscimento della DOP sulla carne bovina, già avviato dal Consorzio delle carni bovine delle Madonie ed in atto in fase di riconoscimento da parte del Ministero per le Politiche Agricole.

Inoltre il POR ha cercato di perseguire il rafforzamento dell'integrazione tra le fasi di filiera principalmente nell'ambito degli investimenti destinati alle aziende di produzione (Misura 4.06) e alle aziende di trasformazione e commercializzazione (Misura 4.09) operanti nel comparto agricolo e zootecnico regionale.

Di fatto, dalle indagini condotte in riferimento al **campione di aziende indagate** è emerso che la **strategia di investimento delle aziende agricole ed agro-industriali siciliane ha riconosciuto un ruolo secondario al rafforzamento dell'integrazione tra le fasi di filiera**, incluso raramente tra gli obiettivi prioritari dell'intervento.

All'interno di ciascuna azienda, inoltre, l'investimento ha interessato prevalentemente uno (nel caso delle aziende di produzione) o al massimo due (nel caso delle aziende di trasformazione e commercializzazione) dei segmenti della filiera.

Sempre da quanto si ricava dal **Report sulla valutazione intermedia del POR Sicilia del dicembre 2005**, nel caso delle produzioni animali, nonostante alcuni segnali incoraggianti specialmente nella filiera del latte, permane la difficoltà di ultimare il processo di lavorazione in modo da ottenere un prodotto finito in grado di soddisfare le esigenze della GDO (es. tracciabilità dei prodotti) **e nel caso della filiera della carne, si continua a registrare una bassa integrazione tra la fase di allevamento/produzione e trasformazione.**

Ne discende, quindi, che l'integrazione tra le fasi della filiera risulta necessaria per consentire ai sistemi agricoli ed agroindustriali regionali di intercettare una quota maggiore del valore aggiunto che matura dalla produzione al consumo.

Inoltre, oltre a tale integrazione "verticale" esistono anche forme di integrazione "orizzontale" finalizzate a raggiungere un'adeguata concentrazione dell'offerta attraverso appositi organismi (es. organizzazioni di produttori e cooperative) o accordi tra operatori del medesimo stadio della filiera.

In base alle evidenze emerse, il valutatore esterno, raccomanda di incentivare maggiormente forme di cooperazione tra le aziende regionali di produzione e quelle di trasformazione, valorizzando le opportunità offerte in tal senso dal prossimo ciclo di programmazione delle politiche di sviluppo rurale e perseguendo la loro complementarietà con gli strumenti previsti a livello nazionale per il rafforzamento dell'integrazione della filiera.

Differenze rispetto ai risultati di miglioramento competitivo
--

Gli effetti degli investimenti in termini di miglioramento competitivo, viste le differenti caratteristiche dei campioni di aziende prese in considerazione, non sono gli stessi, o meglio non si manifestano sempre nella stessa misura nelle aree svantaggiate e in quelle avvantaggiate.

La sintesi che segue, evidenzia i seguenti elementi distintivi tra i risultati raggiunti:

- o attività svolte dall'azienda: nelle aree svantaggiate c'è maggior propensione all'ampliamento delle attività aziendali rispetto alle non svantaggiate.
- o reddito: nelle aree non svantaggiate appare più problematico conseguire incrementi di controllo.
- o costi di produzione: nelle aree svantaggiate la diminuzione dei costi è ottenuta con una maggior varietà di metodi.

- o attività alternative: nelle aree svantaggiate una quota inferiore delle imprese intervistate si dedica ad attività alternative.
- o miglioramento delle qualità: la produzione cui qualità è migliorata è in media maggiore nelle aree svantaggiate.
- o occupazione: nelle aree svantaggiate tendenzialmente si è mantenuta l'occupazione piuttosto che incrementarla.
- o tutela dell'ambiente: nelle aree svantaggiate è maggiore il peso di coloro che non rilevano effetti positivi dell'investimento in termini ambientali.
- o mercati di sbocco: nelle aree svantaggiate si verifica una situazione più dinamica rispetto al periodo precedente l'investimento.

Il Patto Distrettuale, anche al riguardo alle criticità emerse nel corso dell'oramai conclusa fase di programmazione, diventa lo strumento per eccellenza in grado di perseguire il rafforzamento dell'integrazione tra le fasi della filiera, in quanto stabilisce un'organico e stabile rapporto economico e gestionale fra tutti gli attori della filiera della carne (ricerca, produzione, trasformazione, commercializzazione, promozione ed internazionalizzazione).

PSR Sicilia

Coerenza con i principi ispiratori ed il processo attuativo del complesso delle misure, in particolare, con l'Azione F1b "Introduzione e mantenimento dei metodi dell'agricoltura e della zootecnia biologica".

Il PSR insieme al POR, attraverso un programma coordinato di azioni, persegue l'obiettivo dell'incremento della competitività delle aree rurali dell'Isola, in un contesto di sviluppo intersettoriale compatibile con le esigenze di tutela e salvaguardia del territorio, del paesaggio e dell'agroecosistema in genere.

Il piano inoltre indica come requisito indispensabile per l'accesso ai regimi di aiuto il rispetto della normativa comunitaria in materia di ambiente, pertanto tutti i beneficiari devono impegnarsi a garantire l'integrità dei Siti di Importanza Comunitaria e delle Zone di Protezione Speciale.

Peraltro, le aziende che aderiscono alla predetta azione, sono tenuti a sottoscrivere un impegno di durata quinquennale che nel caso di aziende di allevamenti, prevede fra l'altro il pieno rispetto del Reg. CE 1084/99 e del Reg. CE 2092/91 relativo al metodo di produzione biologico dei prodotti agricoli e alla indicazione di tale metodo sui prodotti agricoli e sulle derrate alimentari.

Da quanto su esposto si ricava che le azioni e gli interventi promossi dal Patto di Distretto recepiscono le superiori indicazioni e le attuano all'interno di una politica quadro fortemente in linea con il quadro strategico regionale.

PIC LEADER

Le Madonie hanno registrato l'attuazione, nel proprio territorio, di una feconda esperienza di Leader II incentrato sui prodotti tipici di qualità della filiera agricola ed agro-alimentare, compresi i prodotti carnei, nell'ambito della vision di un possibile distretto rurale madonita.

Il presente Patto ne raccoglie e ne sviluppa, in assoluta coerenza, l'eredità così come è possibile desumere dai contenuti del Leader II che qui si riportano.

GAL ISC MADONIE

Comuni compresi nel PAL: ***Alimena, Blufi, Bompietro, Caltavuturo, Castelbuono, Castellana Sicula, Cefalù, Collesano, Gangi, Geraci Siculo, Gratteri, Isnello, Petralia Soprana, Petralia Sottana, Polizzi Generosa, Pollina, San Mauro Castelverde, Scillato, Sclafani Bagni, Valledolmo***

Indicatori territoriali e socio-demografici dell'area interessata (1991)

<i>Indicatori territoriali e socio-demografici</i>	<i>GAL</i>	<i>SICILIA</i>
Superficie (Kmq)	1.581	25.707
Popolazione residente	82.206	4.966.386
Densità (ab/kmq)	52	193
Tasso di variazione demografica ('91-'81)	-5.1%	1.2%
Tasso di attività (Agricoltura)	25.5%	16.3%
Tasso di attività (Servizi)	49.7%	59.7%
Tasso di disoccupazione	17.5%	22.8%
Grado di istruzione (% laureati e diplomati)	17.2%	21.6%
Lavoratori dipendenti	72.4%	73.4%

Fonte: INEA, "I GAL del Leader II"

L'area oggetto di intervento

L'area di questo GAL, uno dei più estesi della Regione, ricade nella provincia di Palermo e comprende ben 20 comuni. Con morfologia collinare e montana, l'area si

spinge dal comune più interno, Alimena, fino ad una porzione costiera ricadente nel Comune di Cefalù.

Proprio per la vastità del territorio si possono distinguere all'interno dell'area tre fasce differenti dal punto di vista geo-morfologico e climatico: una settentrionale che si affaccia sul Tirreno, una centrale a prevalenza montuosa ed una meridionale che si sviluppa verso l'entroterra. Ciò determina paesaggi diversi che, insieme alle valenze storico architettoniche, caratterizzano l'area madonita.

Il settore primario occupa il 25% degli addetti principalmente nella filiera zootecnica ed in olivicoltura.

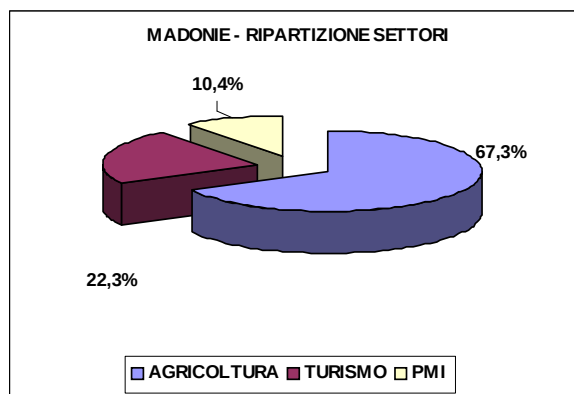
(analisi estratta dal PAL)

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	OBIETTIVI	STRATEGIE
Agricoltura Risorse naturali Artigianato e piccolissime imprese Turismo Patrimonio culturale ed architettonico	Situazione dell'occupazione Agricoltura Organizzazione degli attori Artigianato e piccolissime imprese Turismo	Rivalutazione, utilizzazione e gestione del territorio montano Recupero e valorizzazione delle risorse naturali Creazione di servizi alle imprese finalizzati al miglioramento delle produzioni e alla formazione degli attori locali	Assistenza tecnica ed animazione alle PMI agricole ed artigiane Valorizzazione delle produzioni locali Sostegno a progetti per la valorizzazione risorse naturali e turismo Qualificazione delle figure professionali

♦ I contenuti del Piano a seguito degli impegni assunti

Il piano attiva tutte le submisure previste, sebbene risulti una netta prevalenza degli investimenti verso il settore agricolo (67%) seguiti dal turismo (22%) e da quelli rivolti alle PMI (10%);

Il peso dell'asse agricolo, peraltro, si incrementa se si considera che poco meno del 50% degli investimenti ricompresi



nella Submisura D concerne in realtà attività di sostegno ed assistenza alle aziende del settore agricolo ed agroalimentare. Piuttosto contenuto l'investimento nel settore turistico, che prevede soltanto interventi di promozione di carattere collettivo, informazione e studio. Le azioni attivate nell'ambito della submisura f si caratterizzano per una impostazione tesa alla valorizzazione delle risorse naturali, della flora e della fauna locale.

Gli investimenti più consistenti sono rivolti alle realizzazioni di azioni dirette ai servizi (41%) prevalentemente alle imprese agricole e secondariamente al territorio e al settore turistico; si rilevano anche investimenti di valorizzazione ambientale (12%). Non risultano soggetti pubblici destinatari degli investimenti che invece si indirizzano verso privati (59%) e il GAL (41%).

♦ Le realizzazioni effettuate

Lo stato di attuazione complessivo del PAL Madonie risulta il seguente: *Lire*

	Impegni		Pagamenti		Capacità di utilizzazione	
	Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici
	<i>a</i>	<i>B</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>c/a</i>	<i>d/b</i>
Misura B	7.157.000. 000	5.360.432. 000	4.305.313.7 50	3.090.577. 430	60,16%	57,66%
Misura C	-	-	-	-	-	-

Sub-misura A – Assistenza tecnica allo sviluppo rurale

Lire

Impegni		Pagamenti		Capacità di utilizzazione	
Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>c/a</i>	<i>d/b</i>
1.390.792.00 0	1.390.792.00 0	1.355.299.18 0	1.355.299.18 0	97,45%	97,45%

La sub misura A) ha previsto sette azioni:

1 (A1) – L'azione è consistita in un programma di assistenza tecnica che il GAL ha attivato in favore delle PMI non agricole. Questa attività è stata di sostegno principalmente alle attività ed iniziative proposte dai soggetti privati, ovvero

operatori economici locali. Sono quattro in tutto gli animatori che sono stati impegnati in questa attività di assistenza tecnica.

2 (A2) – L'azione è costituita in un programma di assistenza tecnica che il GAL ha attivato in favore delle PMI agricole. Compito dell'attività di assistenza è stato quello di fornire sostegno tecnico alle aziende agricole operanti nell'area per predisporre un auto-diagnosi ed un piano di azione, debitamente corredato da analisi di fattibilità, per il miglioramento della produzione in relazione al mercato. Sono sette in tutto gli animatori che sono stati impegnati in questa azione.

3 (A3) – L'azione si è occupata di garantire ai giovani in cerca di prima occupazione un servizio di consulenza personalizzata in termini di orientamento al lavoro e creazione di nuove imprese. Per l'attuazione il GAL si è servito di cinque professionisti con una comprovata esperienza nel campo e selezionati attraverso un avviso pubblico.

4 (A4) – Questa azione ha previsto le spese di gestione del GAL.

5 (A5) – L'azione ha previsto le spese per la redazione del PAL ed i costi di fideiussione.

6 (A6) – A questa azione sono stati imputati i costi per l'attività di animazione. È stato costituito un team di dieci animatori che ha avuto il compito di ottenere un corretto livello di diffusione e sensibilizzazione delle popolazioni madonite e soprattutto un'efficace opera di stimolo verso gli operatori economici dell'area.

7 (A7) – Anche questa azione ha compreso i costi per la remunerazione degli animatori di progetto a valere sul FESR.

Sub-misura B – Formazione

Lire

Impegni		Pagamenti		Capacità di utilizzazione	
Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>c/a</i>	<i>d/b</i>
716.805.000	716.805.000	197.110.500	197.110.500	27,50%	27,50%

La submisura B) si è composta da due azioni:

1 (B1) – Per questa azione era stata programmata un’attività formativa per “Promoter di sviluppo rurale”, mirato alla creazione di figure professionali nel settore della promozione dei prodotti rurali e del turismo, figura in qualche modo trasversale alle misure LEADER II. L’obiettivo dell’azione era la formazione di 20 allievi con un corso della durata di 800 ore; i fondi utilizzati da questa azione, sono il 30% di quanto impegnato.

2 (B2) – Questa azione era finalizzata a qualificare figure professionali nel settore della trasformazione dei prodotti agricoli e dell’artigianato. Coerentemente con le caratteristiche del tessuto produttivo esistente nel settore artigianale e agroalimentare si era pensato di avviare corsi di aggiornamento e qualificazione per gli operatori economici nei settori artigianale e agroalimentare che potessero consentire di innescare elementi di innovazione e valorizzazione nei prodotti e nei processi produttivi. Pertanto sono stati individuati dei piccoli corsi di aggiornamento finalizzati allo sviluppo di esperienze che fossero anche di carattere dimostrativo e di trasferibilità.

Sub-misura E – Valorizzazione in loco e comm. prod. agricoli, silvicoli e della pesca Lire

Impegni		Pagamenti		Capacità di utilizzazione	
Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici	Risorse totali	Fondi Pubblici
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>c/a</i>	<i>d/b</i>
2.125.639.000	1.254.973.000	1.219.144.840	592.461.680	57,35%	47,21%

La sub misura ha attuato diverse azioni, di seguito riportiamo sinteticamente quelle attinenti alla dimostrazione della piena coerenza dell’iniziativa con il Patto Distrettuale:

(E1) – Attraverso questa azione sono stati elaborati dei disciplinari di produzione, condizionamento e confezionamento di produzioni agricole ai fini di una loro commercializzazione con il logo del paniere dei prodotti madoniti. L’azione, attuata a cura del GAL, è stata realizzata tramite la costituzione di un team di tre consulenti selezionati con bando pubblico.

(E2) – Questa azione, strettamente connessa alla precedente, ha previsto un’attività di divulgazione dei risultati conseguiti con l’azione (E1), e di assistenza tecnica a favore di quelle aziende che intendevano applicare i disciplinari realizzati.

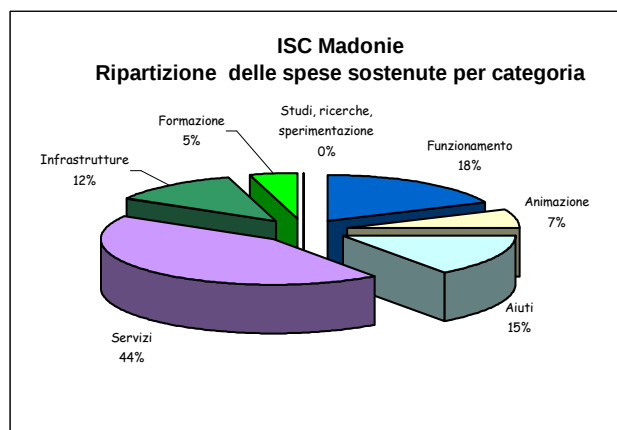
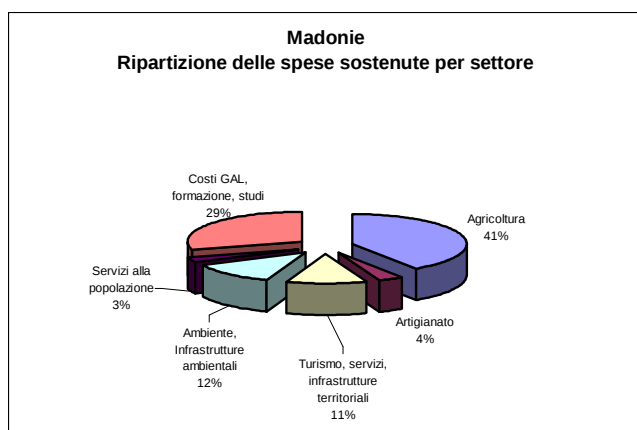
(E3) – Il GAL, nella veste di attuatore, con questa azione, sinergica alle precedenti, ha avuto come obiettivo la produzione di studi di mercato per l’individuazione di circuiti commerciali per il prodotto madonita.

(E4) – L’azione, il cui obiettivo è stato quello di realizzare progetti innovativi di promozione dei prodotti tipici, ha visto tra i beneficiari dell’iniziativa gruppi di imprese agricole, agroalimentari e di artigianato tipico.

(E5) – L’azione ha previsto aiuti agli interventi di miglioramento del sistema produttivo, di ridotta entità, finalizzati all’innalzamento degli standard qualitativi dei prodotti e all’efficienza dei processi produttivi delle aziende.

(E6) – Attraverso questa azione il GAL, avvalendosi della collaborazione di professionisti qualificati, selezionati con bando pubblico, ha fornito alle aziende del territorio l’opportunità di introdurre il sistema di autocontrollo aziendale.

Applicando agli investimenti realizzati entro il 31/12/2001 le stesse analisi adottate per valutare le caratteristiche degli impegni, è possibile individuare il seguente “profilo” del Piano:



Da quanto esposto si ricava che la quota degli investimenti realizzati attribuisce un carattere spiccatamente agricolo al Piano indirizzandosi per il 41% verso questo settore; di un certo rilievo l’azione in campo ambientale (12%) soprattutto alla luce

dello scarso peso riscontrato complessivamente per questa linea di intervento nel PLR; nel settore del turismo vengono realizzati circa l'11% degli investimenti e quindi il 4% nel settore artigianale.

Il piano realizzato si distingue per la prevalenza di interventi volti alla realizzazione di servizi, in particolare alle imprese agricole ma anche al turismo; solo il 15% degli investimenti si indirizzano al sostegno diretto delle imprese, anche questa volta agricole e delle PMI.

I) PROGRAMMAZIONE NEGOZIATA E PROGETTAZIONE INTEGRATA

Nel 2000 la parte, più significativa in termini di produzione, del contesto territoriale che ha avviato la costituzione del “Distretto” ha dato vita al “Patto Territoriale per l’Agricoltura delle Madonie”, strumento che ha consentito di effettuare il primo radicale ed organico intervento di sistematizzazione sulla filiera zootecnica.

Nel voler sottolineare quella felice intuizione e volendo dimostrare la piena e totale coerenza del “Patto per lo sviluppo” con gli strumenti di programmazione attivati dal e sul territorio, di seguito si richiamano alcuni stralci del Documento Programmatico Strategico, che fu alla base del Patto Agricolo.

Obiettivi, strategie e linee d’intervento del Patto Agricolo.

Dall’analisi approfondita dei settori e delle proposte scaturite dallo studio dei singoli comparti, individueremo nelle pagine seguenti le strategie e le linee di intervento utili alla piena e completa realizzazione degli obiettivi del Patto territoriale delle Madonie.

L’Obiettivo globale individuato dalla programmazione nazionale per lo sviluppo del Mezzogiorno è quello di *“creare le condizioni economiche per lo sviluppo imprenditoriale e la crescita produttiva; aumentare la competitività, la produttività, la coesione e la cooperazione sociale in aree concentrate del territorio, irrobustendo, anche attraverso l’innovazione tecnologica, le filiere produttive, specie in agricoltura, gli aspetti dello sviluppo rurale.*

Questo obiettivo generale può essere contestualizzato a livello territoriale attraverso azioni volte ad incentivare e sostenere quegli interventi che mirano allo sviluppo di attività produttive localizzate nel territorio, che completino filiere produttive già spontaneamente affermatesi, diano vita a nuovi insediamenti, utilizzino le risorse materiali e immateriali esistenti, valorizzino e sviluppino le capacità relazionali tra organizzazioni territoriali di imprese collegate fra loro e ai soggetti pubblici locali.

Azioni che, articolate all’interno dello strumento del Patto territoriale, trovano una loro complementarità, che ne esalta efficacia ed efficienza, nel raggiungimento dell’obiettivo globale attraverso una strategia specifica a forte connotazione locale.

La strategia del Patto Territoriale delle Madonie, associata all’obiettivo globale di programmazione nazionale e di quella regionale, si articola, coerentemente con

l'impostazione metodologica della programmazione negoziata, in un complesso di obiettivi specifici.

Il perseguimento di ciascuno di tali obiettivi deve contribuire, in un quadro di coerenza e razionalità, a raggiungere l'obiettivo globale stesso.

Le tipologie strategiche specifiche del Patto tematico agricolo riguardano:

- La valorizzazione e l'integrazione del settore agricolo con i diversi settori produttivi, sviluppando connessioni di filiera e di territorio, potenziando i circuiti locali e creando sinergie logistiche e distributive;
- La razionalizzazione economica, organizzativa ed ambientale dei processi aziendali e delle funzioni di mercato attraverso l'utilizzo più coerente dei fattori produttivi materiali e di servizi alla produzione ed alla commercializzazione, per mezzo di consistenti incentivi all'innovazione di prodotto e di processo;
- La qualificazione delle risorse immateriali, ed in particolare del capitale umano, del contesto istituzionale e delle relazioni sociali, che producono esternalità positive responsabili delle condizioni di competitività di lungo periodo; in particolare attraverso processi di valorizzazione di risorse latenti che esprimono il reale differenziale competitivo dell'area.

Queste linee strategiche trovano il loro fondamento nel territorio, non solo come ambito di localizzazione delle imprese e contesto di interazione tra fattori della produzione, ma come risorsa di sviluppo, punto di accumulazione di competenze ed abilità "relazionali", che si sedimentano in sistemi locali e che quindi richiedono una focalizzazione degli sforzi di intervento in ambiti ben delimitati, attraverso:

- Azioni integrate, ossia che utilizzino il complesso degli strumenti messi a disposizione dalle politiche di sviluppo;
- Scelte selettive, che puntino prioritariamente su alcuni fattori ed ambiti d'intervento;
- Azioni coerenti con gli orientamenti programmatici relativi alla salvaguardia ambientale, quale condizione imprescindibile per la creazione di uno sviluppo riproducibile non solo nel settore agriturismo;
- Azioni ed indirizzi mirati alla valorizzazione del capitale umano, nel rispetto della cultura, della storia e delle tradizioni delle Madonie, inderogabile continuum nel processo di transizione verso un sistema economico moderno.

Questi indirizzi strategici si declinano secondo priorità d'intervento, che si riferiscono alle singole filiere agricole ed al settore emergente del turismo rurale, sebbene vadano articolate secondo le specificità del territorio, puntando, in particolare:

a) *Sul versante delle imprese:*

- Allo sviluppo delle integrazioni interaziendali tra le imprese e alla crescita di connessioni di filiera e di “distretto”;
- Alla crescita dell’innovazione dei prodotti/servizi e allo sviluppo di un orientamento strategico maggiormente legato all’ampliamento dei mercati, specialmente di quelli internazionali, facendo leva sugli aspetti della qualità, enfatizzando il legame con il territorio di provenienza e con le caratteristiche culturali, urbanistiche e paesaggistiche del territorio stesso;
- Alla promozione di un modello di sviluppo delle imprese agricole ed agroalimentari che, in una prospettiva di sostenibilità ambientale, valorizzi le risorse umane, storiche, culturali e naturali del territorio;
- Ad incentivare e salvaguardare l’occupazione e il lavoro nella filiera agro – alimentare, con particolare riferimento alla promozione di un’autonoma imprenditoria giovanile agricola ed al ricambio generazionale e di una specifica imprenditoria femminile;
- A sostenere il cambiamento della struttura sociale e produttiva dell’azienda agricola mediante processi di ristrutturazione ed accorpamento fondiario finalizzati all’incremento della superficie media aziendale e, quindi, alla riduzione dei livelli di polverizzazione e frammentazione della proprietà fondiaria;
- A promuovere la realizzazione di reti fisiche e immateriali all’interno delle imprese e tra imprese.

b) *Sul versante del contesto ambientale:*

- A favorire la tutela delle risorse naturali e forestali, delle biodiversità ed il mantenimento del paesaggio;
- A favorire l’offerta di servizi collettivi a beneficio di tutti gli utenti dello spazio rurale;
- A incentivare l’utilizzo ai fini energetici delle produzioni agricole;
- A favorire l’innovazione la riqualificazione e valorizzazione, ai fini agricoli, di aree fortemente degradate o marginali;
- A migliorare la qualità della vita nelle aree rurali, sviluppando sinergie tra il sistema produttivo e l’ambiente in un’ottica di sistemi integrati territoriali;
- A sviluppare le interrelazioni e la collaborazione tra Enti pubblici, imprese e OO.PP. agricole per un efficace programmazione finalizzata allo sviluppo delle potenzialità endogene dell’area;
- A coinvolgere gli Istituti di Credito nello svolgimento di un ruolo attivo nella promozione e nel supporto delle iniziative imprenditoriali;

- All'aumento della dotazione e della qualità del tessuto dei servizi alla produzione ed in particolare dei servizi di assistenza tecnica, di promozione, allo sviluppo e al trasferimento delle innovazioni, sia di prodotto sia tecnologiche che di mercato;
- Al miglioramento, in termini di dotazione e funzionalità, delle infrastrutture per la localizzazione delle imprese e relative *facilities*, nonché in quelle di supporto alla mobilità;
- Alla crescita dell'efficienza della pubblica amministrazione, con particolare riferimento al complesso di adempimenti che più direttamente influiscono sulle scelte di localizzazione;
- A migliorare la qualità dell'ambiente per la produzione di prodotti agricoli e della pesca;
- A favorire lo sviluppo ed il consolidamento delle relazioni tra i soggetti locali, sviluppando le forme di partenariato progettuale tra attori economici, associativi ed istituzionali, che si traducono in progetti integrati territoriali.

Al contempo la politica di sviluppo insita nel Patto dovrà agire per irrobustire gli elementi di forza che già oggi si individuano nell'economia locale, in particolare:

- Puntando al rafforzamento dei sistemi produttivi specializzati e delle imprese che stanno dimostrando buone capacità competitive e intervenendo a sostegno dell'internazionalizzazione dell'intero sistema territoriale;
- Valorizzando ulteriormente il ruolo delle produzioni di qualità dell'agricoltura e dell'agroindustria e l'attrattiva culturale, ambientale e paesaggistica ai fini di fruizione turistica del territorio.

La strategia di sviluppo parte quindi dal territorio e poggia sul presupposto che lo sviluppo locale non può semplicemente ricondursi a sommatoria di interventi indifferenziati (di natura reale o finanziaria) ma richiede una selezione degli interventi privilegiando quelli che garantiscono e favoriscono:

- L'aggregazione dell'offerta in sistemi produttivi locali agricoli che vanno accompagnati in una transizione verso fattori di competitività più solidi, quali appunto possono essere i "Distretti Rurali";
- Lo sviluppo dei settori innovativi trainanti individuati e da individuare e la qualificazione dei processi produttivi;
- La nascita di nuove imprese giovanili ed al femminile in particolare ed il ricambio generazionale anche tra soggetti estranei, attraverso la diversificazione delle attività dell'impresa agricole;
- Lo sviluppo di quelle condizioni di contesto economico e sociale, che rappresentano il patrimonio relazionale da cui prendono avvio (e si irrobustiscono) i processi di crescita del territorio.

2) PIT n. 31 “Reti Madonie”

Come è noto, l'idea forza del PIT madonita consiste nella promozione del distretto integrato dei turismi di qualità.

In tale ambito strategico, centralità assoluta riveste lo sviluppo rurale sostenibile del comprensorio.

Infatti, determinante nel PIT è risultato il ruolo di alcune misure del FEOGA, dalla 4.06, alla 4.13 b, alla 4.15.

Si è quindi attivato un qualificato pacchetto di interventi che hanno costruito le condizioni “ambientali” utili alla costruzione del presente progetto.

a. LO SVILUPPO RURALE NEL CICLO PROGRAMMATARIO COMUNITARIO 2007-2013

Come è noto, per il periodo 2007-2013, la programmazione comunitaria dei fondi strutturali è articolata in due macro-ambiti : quello generale fondato prevalentemente sul FESR e quello rurale fondato sul FEARS, con l'FSE in funzione complementare e trasversale.

Lo sforzo massimo, in questa fase di preparazione della programmazione 2007-2013, è concentrato nel dare un carattere di maggiore concentrazione strategica agli interventi. Le stesse definizioni degli strumenti programmatori sono frutto di tale vocazione: “Quadro Strategico Nazionale”, “Documento Strategico Mezzogiorno”, “Piano Strategico Regionale” e così' via.

Sul versante agricolo e rurale, è in atto un poderoso sforzo di ricomposizione programmatica, progettuale, finanziaria e gestionale, anche mediante il nuovo strumento unitario rappresentato dal FEASR (Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale).

Finora gli interventi nell'ambito agricolo e rurale risultano disarticolati in 3 strumenti: i POR, i PSR ed il LEADER. Per il 2007-2013 vi sarà una strumentazione unitaria, il FEASR, per una unitaria politica di SVILUPPO RURALE, con un unico strumento operativo che sarà il PIANO DI SVILUPPO RURALE.

Il know-how tipico del LEADER, vale a dire l'approccio bottom up, i processi di sviluppo locale, la progettazione integrata territoriale, il partenariato locale, sono tutte esperienze che rientrano nell'unitario Piano di Sviluppo Rurale.

In questa nuova luce, la filosofia e la prassi che sottengono le politiche di distretto ed in special modo quelle afferenti al DISTRETTO RURALE ed al DISTRETTO AGRO-ALIMENTARE diventano centrali nelle complessive politiche agricole e rurali.

Il presente progetto di patto di Distretto non solo è coerente con tale impianto in itinere, ma ne rappresenta una straordinaria e concreta anticipazione.

Questa anticipazione è resa possibile e sostenuta dalle recenti innovazioni normative della Regione Siciliana in tema di DISTRETTI PRODUTTIVI e di DISTRETTI RURALI ed AGRO-ALIMENTARI.

A) Analisi di contesto del mercato : tendenze e prospettive delle carni fresche.

Al riguardo, si riporta l'analisi desunta dallo studio effettuato dalla Sinergie Srl per conto del Consorzio di Tutela delle Carni Bovine delle Madonie ed effettuato nell'ambito delle azioni previste dal PIT 31 "Reti Madonie" e specificatamente dalla Misura 4.13b.

1. CONTESTO AMBIENTALE

1.1 DATI DI SINTESI, 2004

Numero totale di macelli3.665

Numero totale di addetti12.700

Mercato totale

'000 q.li.....8.998,0

Mil.. Eur4.101,6

Variazione media del mercato 2004/2003

in quantità..... 2,5

in valore..... 1,9

Quota di mercato prime quattro imprese in valore

avicolo 69,2

suino 49,9

bovino..... 39,8

Previsioni di sviluppo del mercato 2005/2004..... crescita

tendenza di lungo periodocrescita

* Data di chiusura della ricerca: settembre 2005

1.2 Identificazione e segmentazione del business

Il settore della lavorazione e della commercializzazione delle carni è identificabile in base a:

- una funzione d'uso primaria: alimentazione nell'ambito dei "secondi piatti";
- una tecnologia di base a livello della fase della macellazione;
- varie tecnologie (disosso, seconde, terze quarte e quinte trasformazioni, surgelazione) riguardanti le fasi successive della lavorazione.

un mercato definito da:

- gli intermediari commerciali che si occupano di far giungere il prodotto al consumatore finale attraverso i vari canali di distribuzione;
- i consumatori finali, ovvero la quasi totalità della popolazione italiana.

Nello studio è stata analizzata la commercializzazione della carne:

- bovina;
- suina;
- ovicaprina;

La presente analisi prende in considerazione il solo canale della moderna distribuzione e degli hard discount.

L'analisi considera le seguenti famiglie di prodotto:

- carne in osso;
- carne disossata;
- carne porzionata (seconde lavorazioni);
- carne elaborata (terze, quarte e quinte lavorazioni).

e sulla base delle diverse tecnologie di conservazione:

- carne fresca;
- carne sottovuoto, darfresh o atmosfera modificata.

1.3 Forze competitive, barriere e fattori di successo

1.3.A Forze competitive rilevanti e barriere

Concorrenza attuale

Tra le imprese di macellazione carni che forniscono la moderna distribuzione il livello concorrenziale è intenso e in continuo aumento per le seguenti cause:

- continui problemi a livello igienico-sanitario, veterinario, chimico che colpiscono in generale il settore delle carni (mucca pazza, peste suina, influenza dei polli, diossina nei polli, nei bovini e nei suini), creando delle turbative di mercato in termini di prezzi e di consumi, con spostamenti della domanda da una carne all'altra;

- orientamento del consumatore verso un prodotto conveniente ma caratterizzato da qualità intesa come rintracciabilità della carne e garanzia di provenienza;
- crescente ascesa della valenza prezzo, sia sul prodotto tradizionale che elaborato, con continue promozioni e tagli prezzo che svalorizzano l'immagine stessa della carne;
- sviluppo di prodotti carnei a marchio del distributore (sia in termini di referenze, che di quote di mercato), sia con il brand dell'insegna, che con un marchio di fantasia;
- evoluzione dell'assetto distributivo, connotato dalla crescita delle superette, dallo sviluppo dei supermercati e dalla stasi degli ipermercati, con una conseguente differente organizzazione degli spazi espositivi a seconda del tipo di superficie.

Il gioco competitivo tra le imprese del settore delle carni, che operano nel canale della moderna distribuzione è incentrato su:

- ricerca di una maggior efficacia/efficienza della rete distributiva, intesa come capacità di raggiungere capillarmente e tempestivamente i punti vendita dallo stabilimento di produzione. Le aziende tendono a sfruttare possibili sinergie distributive derivanti dalla presenza nel portafoglio prodotti di un'ampia gamma di offerta anche extrasettoriale (altri tipi di carne, surgelati, pesce, salumi, uova);
- politiche di prodotto volte a valorizzare la costanza e la qualità/freschezza della carne e a garantire la rintracciabilità attraverso il controllo di tutti gli steps della filiera e tese ad ampliare la gamma delle seconde, terze, quarte e quinte lavorazioni;
- selezione dei fornitori, soprattutto per la carne bovina e suina, per garantire l'origine e la costanza del prodotto e avere il prezzo più competitivo;
- flessibilità produttiva, intesa come capacità di adattarsi alle oscillazioni del mercato e di reperire il bestiame o la carne adeguata alle esigenze del cliente; ai fini delle forniture dirette alla GDO, è indispensabile poter rifornire le catene con i tagli anatomici richiesti, sottovuoto o in atmosfera modificata, o con quarti posteriori o anteriori, nazionali o esteri;

- politiche di prezzo aggressive, attuate in misura più o meno accentuata da tutte le aziende e rese ancora più strategiche in relazione alla crescita delle marche commerciali e alla forte attrazione del fattore economico da parte del consumatore, che è sempre più attirato dal prodotto in promozione;
- politiche di trade marketing tese a consolidare i rapporti con il trade, ad incentivare il sell-out (sconti, promozioni, collection) sui canali della grande distribuzione e della distribuzione organizzata, a potenziare la logistica in uscita al fine di ridurre i tempi di consegna;
- ottimizzazione dell'efficienza produttiva, attraverso la razionalizzazione del processo produttivo, la realizzazione di economie di scala e il contenimento dei costi di produzione;
- controllo totale del processo produttivo dal punto di vista igienico sanitario, attraverso l'utilizzo della metodologia HACCP e applicazione di sistemi mirati ad assicurare la qualità dei prodotti (VISON e altri).

Lo scenario competitivo del comparto delle carni è dominato da tre poli principali, il gruppo Cremonini, focalizzato sul business della carne bovina, il gruppo Veronesi, specializzato nell'avicoltura e nel suino, il gruppo Unibon, diversificato nel settore bovino e suino.

Il Gruppo Cremonini, che copre il 9,1% del mercato totale carni nella moderna distribuzione in valore, attraverso le vendite di IN.AL.CA., Ultrocchi Carni, che nel 2005 confluirà in In. Al.Ca. assieme a Guardamiglio Carni, di cui il gruppo ha recentemente acquisito il controllo.

Il gruppo Unibon, di cui fanno parte Italcarni e Unicarni, detiene il 7,6% in valore del mercato totale carni nella moderna distribuzione.

Il gruppo Veronesi, con Montorsi. Francesco e F. e A.I.A., che dal 2004 ha acquisito il controllo di Pavo e Avirom, realizza il 18,1% del mercato totale carni nella moderna distribuzione.

Già da qualche anno il mercato delle carni è colpito da una serie di problemi igienico sanitari, che modificano la struttura dei consumi: nel 2002 c'è stata la diffusione dell'encefalopatia spongiforme bovina (BSE), riscontrata nelle

vacche inglesi, che ha portato i consumatori europei ed italiani a ridurre gli acquisti di carne bovina, favorendo l'incremento dei consumi e dei prezzi della carne avicola e di quella suina.

Il 2003 è stato influenzato dal fenomeno "peste suina classica", che ha investito tre Stati membri della Comunità europea (Olanda, Germania, Spagna); l'Italia ha beneficiato di una crescita dei prezzi della carne suina, per la flessione dell'offerta in ambito comunitario, e di un complessivo calo dei consumi di carne suina a favore della bovina.

Sempre nel 2003 il settore avicolo è stato coinvolto in un'epidemia di influenza aviaria che si è verificata in Giappone, con qualche caso rilevato in Campania, che ha creato turbative nei prezzi e nei consumi di pollame, con conseguenze che sono perdurate anche nel 2004.

Il controllo totale di filiera attuato nel settore delle carni nazionali costituisce un punto di forza nei confronti dei competitori europei, e, se messo in risalto, si rivelerà un fattore di successo per i produttori italiani.

Il processo di concentrazione produttiva, già in atto da qualche anno, sta divenendo sempre più dinamico, attraverso acquisizioni di medie e piccole aziende da parte di grossi gruppi integrati, accorpamenti e fusioni, joint-venture a carattere produttivo-commerciale.

Prodotti sostitutivi

Le minacce provenienti da prodotti sostitutivi per la carne sono medie.

I prodotti sostitutivi della carne sono:

- il pesce, che nonostante i costi più elevati, ha registrato un aumento nei consumi in quantità +4% (04/03);
- le uova, cresciute dello 0,3 % in quantità nel 2004 rispetto al 2003;
- i salumi, cresciuti del 3% in quantità nel 2004 rispetto al 2003;
- i formaggi, aumentati dello 0,8% in quantità (04/03).

Negli ultimi anni, attraverso un processo di intensa comunicazione pubblicitaria, si assiste alla crescita dei consumi di pasta come piatto unico, capace di supplire, opportunamente condita, a gran parte del fabbisogno calorico. È considerata un alimento salutare (dieta mediterranea), diventando così un concorrente diretto per tutte le carni. Anche la pizza fresca e surgelata sta acquisendo sempre più importanza nell'alimentazione dei giovani, per la sua completezza come alimento, a scapito delle carni.

Fornitori

Il potere negoziale degli allevatori risulta globalmente medio basso. La grande distribuzione forte del suo crescente potere, pilota la qualità, la quantità ed il valore dell'offerta degli allevatori.

- Nel settore bovino, suino e ovicaprino le imprese di macellazione e commercializzazione possono scegliere tra varie alternative:
- acquisto di capi vivi sia sul mercato nazionale che su quello estero seguendo l'andamento dei diversi mercati;
- acquisto di carni fresche o congelate sul mercato italiano o su quello internazionale;
- integrazione proprietaria con allevamenti o stipulazione di contratti con aziende zootecniche in grado di garantire, attraverso un sistema di identificazione rintracciabilità, produzioni controllate e regolate da rigidi capitolati.

Clienti

Il potere negoziale dei clienti dipende dalla tipologia di operatore:

- i grossisti detengono complessivamente un potere contrattuale in calo nei confronti dei maggiori operatori, che tendono ad eliminare forme di intermediazione commerciale. Si sta evolvendo la figura del grossista, da commerciante di carni si sta trasformando in piccola impresa di lavorazione

e stoccaggio delle carni per fornire direttamente macellerie, ambulanti, ristorazione collettiva e commerciale;

- i dettaglianti sono caratterizzati da un potere contrattuale limitato, correlato ai volumi di prodotto acquistato direttamente. Le aziende tendono a rifornire direttamente il dettaglio tradizionale, con un'attenzione particolare alla frequenza di consegna e quindi alla freschezza della carne. Il consumatore è ancora, infatti, abituato ad acquistare la carne soprattutto bovina, suina ed equina presso la macelleria di fiducia, ove il negoziante rappresenta il garante della qualità;

- la grande distribuzione e la distribuzione organizzata hanno un potere contrattuale elevato (e in ulteriore crescita), che deriva dagli alti volumi acquistati, dalle garanzie offerte in termini di sell - out e rotazione, e dal costante aumento dei punti vendita sull'intero territorio nazionale; inoltre la forza contrattuale è in crescita poiché si sta affermando la tendenza a centralizzare gli acquisti da parte di grossi gruppi distributivi e dirottare le consegne a piattaforme e centri di lavorazione/distribuzione. La forza negoziale della distribuzione moderna è in continua crescita grazie allo sviluppo dei punti vendita ed alla possibilità di stimolare e promuovere i consumi finali attraverso un'ampia gamma di strumenti (esposizione, assortimento, azioni promozionali), e grazie allo sviluppo delle quote di mercato realizzate dai prodotti carnei confezionati dai distributori, soprattutto per quanto riguarda le carni bovine e le carni avicole. Nei punti di vendita della moderna distribuzione il reparto carni tendenzialmente acquista sempre più spazi, tramite la rivitalizzazione del banco a taglio per ristabilire un rapporto di fiducia diretto con il consumatore e l'adozione dei banchi refrigerati a scaffale.

Nuovi entranti

La minaccia di ingressi nazionali ed esteri nel settore attraverso la creazione di nuove aziende è media per:

- scarsa redditività del business;
- accesa concorrenza fra le imprese;
- potere negoziale in calo per l'industria di macellazione, legato all'aumentato peso della moderna distribuzione, che richiede elevati standard qualitativi, quantitativi e logistici;
- elevata deperibilità del prodotto, che impone la consegna ogni due-tre giorni ai punti vendita.

È possibile però l'ingresso nel segmento del prodotto porzionato ed elaborato fresco o surgelato per imprese francesi, o tedesche attraverso le catene estere della moderna distribuzione e del discount (Auchan, Intermarchè, Carrefour, Casinò, Lidl, Tengelmann).

Impatto delle disposizioni legislative

Le disposizioni legislative esercitano un forte impatto sul settore carni, dal momento che le aziende risultano influenzate nelle politiche distributive e di prodotto dalle regolamentazioni imposte a livello comunitario.

Sono stati unificati in sede comunitaria i regolamenti di tipo sanitario veterinario, legati sia alle fasi produttive della macellazione, che alle fasi della commercializzazione.

Tali disposizioni si possono sintetizzare in:

- 227 del 1/3/92, che ha subito successive modifiche con il regolamento 286 e 238, che apporta tutta una serie di norme sulle lavorazioni e il confezionamento delle carni macinate;
- 51 del 15/1/92 che sancisce l'abolizione dei certificati Sanitari alla macellazione;
- 312 del 10/9/91 al fine di controllare e unificare a livello europeo gli standard igienico sanitari nei macelli;
- 231 dell'1/3/92 che fissa i compiti della polizia Sanitaria, deputata al controllo della normativa;
- 118 del 27/1/92 che sancisce pene per chi macella animali estrogenati, creando una responsabilità oggettiva del reato;

- 306 del 17/2/92 che obbliga i macelli alla classificazione delle carcasse bovine alla griglia EUROP;
- 146/94 CEE, che fissa i parametri per l'acquisizione del bollo CEE;
- criteri per la commercializzazione di carni avicole che prevedono la classificazione per categoria di qualità, di freschezza, di produzione, di igiene delle carni, l'etichettatura e altri parametri tesi a fornire una maggior trasparenza del prodotto finito;
- direttive 93/43/Cee e 96/3CE concernenti l'igiene dei prodotti alimentari e le modalità di vendita dell'osservanza di tali norme, definiscono una metodologia di analisi del processo produttivo (HACCP), per individuare i punti critici per l'igiene degli alimenti ed attivano tutte le iniziative mirate alla eliminazione degli inconvenienti collegati.

L'accordo Gatt, relativo alle problematiche della politica europea e mondiale per i prodotti agricoli di base, una riduzione delle restituzioni all'export, al fine di rendere meno competitive le forniture comunitarie verso i paesi terzi. Tale direttiva impatta sulle esportazioni extraeuropee delle principali aziende di macellazione nazionali, che perdono un importante mercato di sbocco per le loro produzioni.

Anche dal punto di vista delle importazioni l'accordo Gatt ha avuto effetti negativi sull'economia dell'industria zootecnica comunitaria; infatti, è stato decretato l'abbattimento delle barriere tariffarie sull'import dai paesi terzi e la fissazione di un quantitativo minimo di accesso di carni pari al 5% del consumo interno per paese. Sono stati fissati i cosiddetti "accessi", per regolamentare gli ingressi di carne extracomunitaria, in particolare sulle forniture di carne dai paesi dell'Est Europeo, dal Brasile, dall'Argentina, dove i costi di produzione sono molto bassi.

A seguito dell'epidemia di BSE, le autorità sanitarie europee hanno emesso il regolamento n. 114/97, per il riconoscimento dei tagli di carne marchiati, i requisiti minimi dei disciplinari di produzione, i controlli e le sanzioni, al fine di identificare e registrare fin dalla nascita gli animali degli stati europei e garantirne la completa rintracciabilità.

Una delle carni maggiormente penalizzate dalle disposizioni legislative risulta essere quella equina; la legge che regola la commercializzazione di tale carne, (4 Aprile del 1964, n°171, riporta tuttora le limitazioni prescritte dal "Regolamento sulla vigilanza sanitaria delle carni" Regio decreto del 20 Dicembre del 1928, ossia il divieto di trattare le carni equine assieme alle altre carni. Tale limitazione, giustificabile in passato, quando non esistevano allevamenti di cavalli da carne, quando il cavallo veniva usato per i trasporti e per i lavori agricoli, e quando le macellazioni avvenivano d'urgenza per cavalli non più in grado di svolgere le loro attività, non hanno più motivo di esistere oggi.

Barriere all'entrata

Le barriere all'ingresso nel settore carni sono individuabili nei seguenti punti:

- fabbisogno di capitale per gli alti investimenti necessari per approntare gli impianti produttivi e per la gestione dei magazzini frigoriferi di stoccaggio. Il fabbisogno finanziario è indispensabile per gestire la politica degli acquisti sui mercati nazionali e internazionali, soprattutto, l'attività di importazione comporta lo spostamento temporale dei pagamenti effettuati al ricevimento della merce estera e gli incassi, con notevole ricorso al prestito bancario e l'esposizione ai rischi di cambio;
- accesso ai canali della moderna distribuzione in termini di copertura (numerica e ponderata), servizio e costo;
- difficoltà delle imprese di commercializzazione ad aggiudicarsi stabilmente gli spazi distributivi, se non praticando prezzi molto contenuti, servizi aggiuntivi, oppure orientandosi verso l'ampliamento della gamma offerta, verso produzioni di carni controllate, caratterizzate da rintracciabilità e garantite da un marchio di qualità oppure operando come copacker per le marche commerciali;
- il raggiungimento di posizioni di costo è indispensabile per ottenere sufficienti economie di scala;

- la tecnologia non costituisce una barriera elevata in quanto disponibile sul mercato.

Barriere all'uscita

Le barriere all'uscita risultano medio-alte per le aziende con proprie catene di macellazione e sale di lavorazione. Un numero elevato di imprese, soprattutto di medio piccole dimensioni, ha obiettivi di redditività particolarmente modesti, per cui può restare in attività nel settore anche in condizioni di mercato e di competitività sfavorevoli.

Forze competitive		Intensità ^(a)
Concorrenza attuale:	• concentrazione produttiva bassa, ma in crescita • competizione incentrata sul prezzo/qualità e sul servizio al trade • strategie di differenziazione del prodotto (ampliamento di gamma dei prodotti carnei offerti, carni a marchio, produzioni controllate, rintracciabilità)	4
Minacce di prodotti sostitutivi:	alta	4
Fornitori:	potere negoziale medio-basso	2
Clienti:		
• grossisti	potere negoziale medio	3
• dettaglio tradizionale	potere negoziale medio-basso	2
• distribuzione moderna	potere negoziale alto	5
Possibilità di nuovi entranti:	media	3
Impatto delle disposizioni legislative:	elevato	5
a) - valutazione attuata sulla base di un punteggio da 1 a 5, dove 1= poco importante e 5= determinante		

Fonte: Databank

Barriere all'entrata:		Valutazione
■	differenziazione di prodotto	3
■	fabbisogno di capitale	4
■	tecnologie di processo	2
■	accesso ai canali distributivi	5
■	economie di scala	3
Barriere all'uscita:		
■	imprese a carattere artigianale	3
■	(modesti obbiettivi di redditività)	
■	imprese di macellazione a carattere industriale	4

a) - valutazione attuata sulla base di un punteggio da 1 a 5, dove 1= poco importante e 5= determinante

Fonte: Databank

1.3.B Fattori critici di successo

Nella produzione di carni l'incidenza del costo dei consumi d'esercizio sul fatturato risulta preponderante, superiore all'85%. Diventa determinante detenere una buona posizione di costo, attraverso il controllo e il contenimento dei costi di produzione, la specializzazione produttiva degli impianti con reparti differenziati per la macellazione e le successive lavorazioni, la realizzazione di economie di scala.

Assume un ruolo critico la scelta e la qualità della materia prima; l'integrazione a monte con il mangimificio, gli incubatoi, i centri di moltiplicazione e gli allevamenti risultano così importanti per il controllo di tutta la filiera avicunicola.

Inoltre, i legami a monte con l'allevamento, attraverso contratti di soccida, controlli proprietari, oppure con accordi regolati da rigidi disciplinari risultano importanti al fine di produrre carne bovina, suina confezionata a marchio, per poter fornire garanzie di costanza e qualità al trade e al consumatore.

Dal 2005 si è affermata l'esigenza della garanzia della provenienza e della salubrità del mangime utilizzato (a seguito dello scandalo della diossina contenuta nei grassi per mangimi in Belgio), per cui diventa fondamentale certificare la rintracciabilità dell'animale allevato, attraverso tutti gli step della filiera.

L'acquisizione del bollo Cee, ottenuta attraverso impianti di macellazione e sezionamento carne adeguati e il rispetto di parametri igienico sanitari fissati dalla direttiva Cee 146/94 costituisce per i macelli un passaggio obbligato per poter operare con l'estero. Le unità produttive non in grado di sostenere tali investimenti, possono operare solo sul territorio nazionale e sono escluse dalle forniture destinate alle grosse catene della GDO.

L'ottimizzazione del processo produttivo e l'innovazione tecnologica delle fasi di macellazione, lavorazione e condizionamento delle carni costituiscono fattori importanti al fine di aumentare la produttività e ridurre i costi. La razionalizzazione si può attuare attraverso investimenti nel reparto macellazione, sezionamento, confezionamento e spedizioni, al fine di automatizzare i processi e ridurre la manodopera.

Il potenziamento della gestione logistica, attuato attraverso l'ottimizzazione dei flussi in entrata e in uscita, l'introduzione di sistemi informatici per la gestione automatica dei magazzini contribuiscono a garantire un miglior servizio al trade.

Nella logistica in entrata e in uscita risulta critica la programmazione dei flussi per abbreviare i tempi di lavorazione e di stoccaggio della carne.

Il servizio al cliente, inteso come puntualità, frequenza delle consegne (al fine di mantenere buoni standard qualitativi) e razionalizzazione del flusso

degli ordinativi rappresenta uno dei punti fondamentali per il successo nella affermazione nel canale moderno. In quest'ottica assume importanza strategica l'efficienza e la capillarità della rete distributiva.

Le imprese minori, non possedendo i mezzi necessari per disporre di una rete di vendita capillare, si rivolgono prevalentemente al canale grossisti, o direttamente ai punti vendita tradizionali, limitando la propria presenza ad aree geografiche circoscritte. Un'altra strategia adottata dalle medie imprese è quella di allungare la shelf-life del prodotto mediante il confezionamento in atmosfera protettiva, e consegnare alle piattaforme distributive oppure direttamente al punto vendita.

Al contrario le aziende maggiori, disponendo di filiali, concessionari e agenti, possono coprire, con la necessaria frequenza di consegna, direttamente il punto vendita tradizionale e moderno e sviluppano un maggior potere contrattuale nei confronti della distribuzione moderna, alla quale assicurano un'elevata rotazione del prodotto nel banco refrigerato e un'alta frequenza dei rifornimenti.

Nel comparto avicolo le aziende leader hanno raggiunto performances delle reti distributive in grado di soddisfare tutte le esigenze della GDO. Nelle carni rosse le leader si stanno attrezzando con piattaforme in collaborazione con altre aziende ai fini di un trasporto diretto al punto vendita.

Interventi di trade marketing, tesi al potenziamento del servizio alla clientela, sono necessari e sono applicati mediante una più accentuata attività di trade promotion (favorevoli condizioni di pagamento, scontistica), attraverso la puntualità e frequenza delle consegne per garantire standard di freschezza, attraverso l'assistenza tecnica.

Le caratteristiche qualitative rappresentate dalla salubrità delle carni (assenza di ormoni e antibiotici), dalla costanza delle caratteristiche reologiche (sapore, colore, odore), dalla resistenza alla conservazione, dall'igiene costituiscono, sempre più, un fattore di successo per le carni tradizionali ed elaborate, per una maggiore penetrazione sul canale della

moderna distribuzione. La qualità può essere definita come l'insieme delle caratteristiche di prodotto/servizio che ne determinano la capacità di soddisfare esigenze espresse dal consumatore: è in questa direzione che l'azienda di successo si dirige, per cercare di individuare e creare bisogni/occasioni di consumo inespressi.

Il raggiungimento della qualità nella carne bovina e suina, è ottenuto dalle aziende attraverso un efficiente controllo delle razze, dei mangimi, dei capitoli di fornitura, nonché dello stato di maturazione della carne, delle tecniche di macellazione e di trasformazione e della durata del ciclo del freddo. Le politiche di prodotto tese all'innovazione, rivolte all'ampliamento della gamma, al confezionamento, all'offerta di maggiore contenuto di servizio sono un altro fattore di successo importante sul canale moderno.

L'ampliamento della gamma negli elaborati costituisce un fattore di successo per potersi proporre al trade come fornitore completo, in particolare nei punti vendita della distribuzione organizzata. Le principali aziende puntano a coprire tutti segmenti di mercato e ad articolare l'offerta con numerose referenze sia sul prodotto tradizionale che sugli elaborati.

L'ampliamento della gamma nelle carni, distinte tra rosse e bianche, costituisce un fattore di successo per potersi proporre al trade come fornitore completo, in particolare nei punti vendita della distribuzione organizzata.

In tema di confezionamento nel bovino e nel suino risulta sempre più strategica la fornitura di prontosaglie sottovuoto indirizzati verso i supermercati e gli ipermercati, al fine di ridurre gli scarti di lavorazione della carne, di risparmiare in manodopera specializzata.

Particolare attenzione è dedicata dalle aziende al packaging, che rappresenta il principale veicolo di immagine di marca che deve adattarsi ai gusti ed alla sensibilità del consumatore, allungare la shelf line del prodotto, comunicare le informazioni nutrizionali e ricettistiche.

L'impiego costante della leva pubblicitaria rappresenta un fattore di successo.

Gli investimenti pubblicitari consentono di aumentare la fidelizzazione del consumatore, supportando il lancio di nuovi prodotti.

La pubblicità è particolarmente impiegata dalle aziende leader per promuovere il consumo degli elaborati, per lanciare nuovi prodotti, per aumentare la fidelizzazione del consumatore.

Il prezzo, soprattutto se associato alla qualità, sta assumendo una importanza crescente nel canale della moderna distribuzione e sta alla base del successo di alcune imprese. Lo sviluppo della politica di campagne promozionali e sconti sui prodotti tradizionali ed elaborati si sta sempre più affermando nella GDO e diventa un passaggio obbligato per l'introduzione di nuovi prodotti.

La crescita della carne porzionata a marchio commerciale, con un buon rapporto prezzo/qualità rivela oculatezza da parte del consumatore nella scelta dei prodotti con prezzo unitario elevato.

Tab. 1. Carni fresche nella moderna distribuzione: fattori critici di successo, 2005

PRODUZIONE	Carni bianche	Carni rosse, ovicaprine,
Immagine	6	5
Innovazione di prodotto	7	6
Prezzo	8	8
• <i>Sconti</i>	8	8
• <i>condizioni</i>	8	8
Qualità	7	8
• <i>certificazione</i>	7	8
• <i>adeguamento alle norme europee</i>	7	8
• <i>qualità materia prima</i>	8	8
• <i>costanza standard</i>	8	8
Gamma	7	6
Distribuzione	9	8
• <i>capillarità rete distributiva</i>	9	8
• <i>selezione punti vendita</i>	8	7
• <i>qualificazione e formazione forza vendita</i>	8	7
• <i>logistica</i>	9	9
Pubblicità e promozione	6	4
• <i>investimenti pubblicitari</i>	6	5
• <i>sponsorizzazioni</i>	4	4
• <i>partecipazioni a fiere</i>	4	4
• <i>promozioni al consumatore</i>	5	4
Servizio	8	8
• <i>rapidità e rispetto dei tempi di consegna</i>	9	8
• <i>assistenza pre vendita</i>	7	7
• <i>assistenza post vendita</i>	7	7
• <i>assistenza al trade</i>	8	8
PRODUZIONE		
Costi	8	8
Innovazione di processo	6	7
Flessibilità	5	4
Logistica	7	6

1.3.C Incidenza dei costi sul fatturato ed andamento della redditività

Struttura del fatturato e andamento della redditività.

Le imprese industriali che si occupano della macellazione, commercializzazione e della lavorazione delle carni, presentano strutture del fatturato con una caratteristica comune: l'elevata incidenza della voce d'acquisto della materia prima, sia viva che macellata, che si attesta tra l'86-87%. Risulta, quindi, evidente come la redditività del settore sia strettamente legata alle variazioni dei prezzi degli animali vivi e delle carni sui mercati nazionali ed esteri.

Un altro elemento che accomuna le aziende commerciali è la bassa incidenza degli ammortamenti, pari all'1,5%.

Tab. 2. Struttura media del fatturato di imprese di commercializzazione e lavorazione del settore carne, 2004 (%)

	Carni rosse	Carni bianche
Consumi d'esercizio	86,0	87,0
Altri costi esterni	8,0	9,0
Valore aggiunto:	6,0	4,0
• costo del lavoro	4,0	2,0
• ammortamenti	1,0	1,5
• reddito operativo	1,0	0,5
Fatturato	100,0	100,0
Ricarico moderna distribuzione	14,0-20,0	23,0-27,0
Ricarico dettaglio tradizionale	23,0-26,0	28,0-33,0
Ricarico grossista	7,0-10,0	13,0-15,0

Fonte: Databank

Tab. 3. Ricarichi medi delle diverse tipologie di punti vendita a libero servizio per tipo di carne, 2005 (%)

Tipologia di carne	Ricarico supermercato	Ricarico ipermercato	Ricarico Hard Discount
Bovina	15-18	14-17	8-10
Suina	19-24	18-22	10-14
Ovicaprina	11-14	10-13	-
Elaborati industriali freschi suini	22-25	19-22	13-16
Elaborati industriali freschi bovini	20-22	18-20	10-12

Fonte: Databank

Dopo un 2002 caratterizzato da rialzi dei prezzi delle carni avicole pari al 10-20% e un brusco calo dei prezzi della bovina, pari al 10-20%, a seguito del morbo "mucca pazza", nel 2003 e nel 2004 si è assistito ad una brusca caduta delle quotazioni di carne avicola, determinata da un surplus della produzione, e ad un riallineamento delle quotazioni della carne bovina a quelle del 2003.

Per la carne suina, dopo un triennio in cui i prezzi di mercato nazionali si erano stabilizzati su livelli elevati, nel 2004 si è registrato un crollo delle quotazioni nazionali ed europee a seguito della sovrapproduzione a livello

comunitario, indotta dalle favorevoli condizioni di mercato verificatesi nel 2003, quando l'effetto della peste suina in Olanda aveva spinto tutti gli altri paesi ad aumentare la produzione.

Nel 2004 la variazione dei prezzi medi all'ingrosso rilevato dalle aziende varia a seconda delle carni; si passa infatti dal calo dello 0,3% della mezzena di vacca, alla crescita dell'8,5%% della mezzena di bovino adulto e del 25,4% di quella di vitello, al calo del 18,5% del lombo di suino e del 2,1% del prosciutto per crudo, alla flessione del 4,8% pollo eviscerato e del 3,9% del tacchino.

Si deve, però, tener conto che le contrattazioni che i maggiori operatori del settore attuano con il trade, spesso, non tengono conto dei prezzi di listino, ma sono frutto di accordi semestrali.

L'aumento delle importazioni in Italia di carni comunitarie ed extracomunitarie caratterizzate da prezzi competitivi e favorite dalla crisi dei mercati dell'Est Europa, condiziona le quotazioni delle carni nazionali, soprattutto quelle bovine, suine, cunicole ed ovicaprine, determinando continue oscillazioni.

I prezzi ex-macellazione sono oggetto di ricarichi sempre più contenuti da parte non solo del dettaglio tradizionale, ma anche della grande distribuzione, in relazione alla crescente concorrenza orizzontale fra catene e alla introduzione delle carni anche negli hard discount, che operano con ricarichi notevolmente ridotti.

Nel 2004 i prezzi al consumo hanno registrato un calo pari all'1%, a seguito della politica spinta promozionale (tagli prezzo, 3x2 e sconti sui prodotti tradizionali e innovativi) dettata prevalentemente dal trade moderno, al fine di aumentare la rotazione dei prodotti e aumentare i volumi, a fronte di una stabilità dei prezzi delle carni nel loro complesso e di una crescita dello 0,9% per la carne bovina, un aumento del 2,3% per il coniglio, una flessione dell'1,6% di quella suina.

La crescita del costo del lavoro (+1,9%), del trasporto (+1,5%), unitamente alla flessione dei prezzi/ricavo in alcuni settori (avicolo, suino, equino, ovicaprino) ha causato una leggera flessione della redditività del settore carni, accentuata dall'aumento delle campagne promozionali attuate dal trade moderno e da politiche di prezzo volte a destagionalizzare i consumi di alcuni tagli .

Tab. 4. Numeri indice dei prezzi al consumo, dal 2003 al 2004 (Indice: base 2003 = 100)

	2002	2003	2004	% variaz 2004/ 2003
Indice generale	104,0	106,1	108,1	1,9
Prodotti alimentari e bevande	104,2	104,2	105,4	1,2
Carni	103,6	103,0	103,3	0,3
• fegato di bovino	100,1	97,8	98,3	0,5
• hamburger surgelato	103,4	104,5	105,7	1,1
• carne equina	102,4	103,7	104,0	0,3
• coniglio	105,4	101,5	103,8	2,3
• carne ovicaprina	101,5	100,5	101,4	0,9
• carne bovino adulto I taglio	101,5	100,5	101,4	0,9
• pollame	110,5	109,3	108,2	- 1,0
• carne suina polpa	105,0	105,2	103,5	- 1,6
• salsiccia suino	103,9	105,1	104,8	- 0,3
• prosciutto crudo	101,1	101,7	103,0	1,3
• salame	104,3	105,8	106,5	0,7
• mortadella	104,8	106,3	107,2	0,8
Formaggi, latte e uova	104,6	105,1	105,3	0,2
• Grana Padano	103,7	99,6	96,1	- 3,5
• Latte intero	105,4	107,0	107,7	0,7
• Uova	105,9	108,2	108,8	0,6
• Pesci	103,4	104,3	108,0	3,5
• Tonno all'olio	104,7	105,9	107,4	1,4

Fonte: ISTAT

1.4 Tipologia, dimensione e segmentazione della domanda servita

1.4.A Tipologia d'uso e bisogni serviti

La funzione d'uso primaria soddisfatta dalla carne è l'alimentazione nell'ambito dei secondi piatti.

Sulla base delle fasi di lavorazione della carne si possono individuare diverse funzioni d'uso a seconda del cliente servito. La carne in osso è destinata a grossisti e dettaglio tradizionale; quella disossata è principalmente indirizzata alla distribuzione moderna e al catering.

Nell'ambito della carne cresce la domanda di carne porzionata ed elaborata confezionata, la cui destinazione finale è collegata all'emergere di bisogni specifici legati a cambiamenti nella struttura sociale, demografica ed economica del paese, sia tra gli anziani, propensi al consumo di alimenti digeribili ed economici, sia tra i giovani e le famiglie con bambini piccoli. Il consumatore moderno ha sempre meno tempo a disposizione per la preparazione dei piatti ma non per questo rinuncia alla convenienza ed alla qualità del prodotto e dei servizi offerti.

Da un monitoraggio condotto nel 2003 da IHA Italia su un universo campione di 2 mila euro di consumatori risulta che il grado di penetrazione delle carni fresche è del 94,9%, mentre quello della bovina è del 84,9%, del suino del 44%, del pollame del 74,6%, tutti in crescita rispetto al 2002, quello degli elaborati di carne di tacchino è del 28,7%, del 24,3%, mentre per gli elaborati di pollo è del 39,5% e per quelli di tacchino è del 24,3%.

Tab. 5. Indice di penetrazione per i principali prodotti carnei, 2003 e 2004 (%)

Tipologia prodotto	2003	2004
Carni fresche	94,8	94,9
Bovina	82,8	84,9
Trita	48,3	46,9
Vitellone	68,2	72,0
Vitello	38,4	38,7
Suino	42,8	44,0
Pollame	74,2	74,6
Elaborati tacchino	27,5	24,3
Elaborati pollo	39,2	39,5
Coniglio	14,8	13,9
Altre carni	22,9	22,4

Fonte: IHA Italia

Dall'indagine Ismea sugli acquisti familiari di carne svolta nel 2003 è emerso che il quantitativo globale di carne ammonta a 1,3 mila euro di tonnellate, per un valore pari a oltre 15,6 mila milioni di lire. La carne bovina detiene la maggior quota di acquisti con il 42% in volume e il 51% in valore, seguita dal pollame (30% in volume e 21% in valore) e dalla carne suina (15% in volume, 16% in valore).

In termini assoluti le regioni meridionali coprono la maggior quota di acquisti di carne (32,7%), seguite dal Nord Ovest e dal Centro. Al sud si intensificano gli acquisti di carne bovina e di pollame, mentre per la carne suina si registra un aumento in Emilia Romagna.

Per gli acquisti di carni si registra una presenza ancora rilevante del dettaglio tradizionale, in particolare quello specializzato(macelleria), che detiene una quota del 45% in volume e del 50% in valore. Per le carni bovine e suine si evidenzia una struttura distributiva simile alla media del settore, mentre per il pollame il canale iper+super mostra un peso maggiore (49%).

Da una recente indagine Ismea sui consumi extradomestici risulta che la carne rappresenta uno dei principali componenti alimentari consumato in occasioni di consumo extradomestico, incidendo per il 24% della spesa per pranzi fuori casa.

Tab. 6. Consumi pro-capite di carni in Italia^(a), dal 2002 al 2004 (Kg.p.c.)

	2003	2004	% variaz. 2004/2003	% variaz. m.a. 2004/2002
Bovine ^(b)	24,2	24,6	1,7	- 0,3
Salumi	16,4	16,9	3,0	1,1
Carne suina fresca ^(b)	11,5	12,1	5,2	2,7
Ovine, caprine	1,2	1,3	8,3	-
Equine	0,8	0,7	- 12,5	-
Pollame	19,4	19,3	- 0,5	0,4
Conigli	4,3	4,4	2,3	0,6
Frattaglie	3,7	3,8	2,7	- 1,3
Totale	81,5	83,3	2,2	0,6

a) - le quantità edibili di carne risultano inferiori perché i suddetti valori sono comprensivi degli scarti al dettaglio e al consumo; inoltre la popolazione considerata dall'Istat non include un numero consistente di immigrati, clandestini o non registrati

b) - escluso lardo e strutto

Fonti: ISTAT, Databank

Tab. 7. Consumi pro-capite di alcuni generi alimentari per regioni, 2002 (Numero Indice base Italia = 100)

Regioni	Carne bovina	Formaggi	Carni suine	Salumi
Piemonte	109,1	114,6	66,4	107,2
Valle d'Aosta	95,9	110,3	62,2	108,7
Lombardia	102,3	113,7	89,4	115,1
Trentino A. A.	68,6	104,5	117,3	117,8
Veneto	94,2	109,8	127,5	93,8
Friuli V. G.	87,6	123,5	86,6	104,0
Liguria	106,5	119,0	60,0	94,1
Emilia-Romagna	88,0	98,9	113,7	123,0
Toscana	110,2	89,7	102,9	95,9
Umbria	95,7	86,4	109,9	133,0
Marche	111,6	84,6	115,6	118,2
Lazio	114,3	84,6	87,0	91,0
Abruzzo	92,2	99,4	101,9	111,1
Molise	83,1	102,5	110,9	93,6
Campania	99,5	98,6	101,5	89,0
Puglia	96,0	119,4	92,0	86,3
Basilicata	72,7	93,4	102,3	76,6
Calabria	81,9	90,8	107,5	79,5
Sicilia	102,6	69,3	85,8	91,3
Sardegna	97,0	80,7	216,9	83,2
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: ISTAT

1.4.B Tecnologie sostitutive e specifiche

Tecnologie specifiche

Tra le tecnologie di prodotto attualmente impiegate si stanno affermando:

- il passaggio dal semilavorato "mezzena" al taglio anatomico (sottovuoto, sigillato nel cartone) con vantaggi igienici e sull'incidenza dei costi di trasporto, con maggior valore aggiunto e vantaggi per i distributori, con la riduzione della manodopera specializzata;
- i piatti pronti refrigerati a base mono o multicarnea, la cui preparazione può essere attuata mediante:

- cottura tradizionale a cui segue un raffreddamento ad una temperatura inferiore a 10° C in meno di 2 ore, conservati a +3 ° C (shelf life di 6-21 giorni);
- cottura tradizionale e successivo condizionamento sottovuoto a pastorizzazione (durata da 7 a 8 settimane a 10° C) ;
- cottura sottovuoto a basse temperature, a cui segue un raffreddamento a temperature inferiori a 10° C in meno di 2 ore (durata da 6 a 21 giorni fra 0 e 3° C).

Tra le moderne tecniche di confezionamento, create per allungare la shelf life del prodotto, si individuano:

- il confezionamento sottovuoto per i tagli anatomici e disossati; si attua attraverso l'eliminazione dell'ossigeno (che induce l'aumento di CO₂) abbinato all'abbassamento della temperatura di conservazione. Tale tecnica utilizza sacchetti o film impermeabili e termoretraibili;
- il confezionamento sottovuoto a pelle (Darfresh). I materiali di confezionamento Darfresh sono basati su strutture pluristrato coestruse, che formano come una seconda pelle del prodotto, perfettamente ermetica e visibile da ogni angolazione.

Questo tipo di packaging offre i seguenti vantaggi:

- assenza di pressioni meccaniche in fase di confezionamento, cosicchè i prodotti non vengono danneggiati e quelli umidi non formano essudato;
- conservazione del prodotto fresco fino a 30 giorni, quindi la garanzia del mantenimento della freschezza per tutta la durata della vita commerciale.

Il confezionamento in atmosfera modificata, consiste, invece, nel porre la carne in vaschette termosaldate e riempite con una miscela di gas (anidride carbonica, ossido di carbonio, ossigeno e azoto).

Questo tipo di packaging permette:

- una shelf life di circa 15 giorni a 4°C, rallentando il processo di deterioramento naturale degli alimenti;
- una tecnica di conservazione "leggera" che non incide eccessivamente sulle caratteristiche dei prodotti freschi;

- di essere perfettamente in linea con le più recenti tendenze della stragrande maggioranza dei consumatori verso cibi freschi, naturali e privi di conservanti, ma che tuttavia non dispongono di tempo sufficiente per cucinare cibi freschi;
- di raggiungere livelli di alta efficienza nell'aumento della percentuale e della qualità dei prodotti che arrivano ai consumatori sia intermedi che finali, ritardando il deterioramento microbico e l'imbrunimento enzimatico, facendo da barriera ai disturbi fisiologici e ai danni causati dal freddo;
- di ridurre la "contrazione" dei prodotti, ossia le perdite durante la gestione in magazzino, che di norma raggiunge percentuali comprese fra il 3% e il 9%.

La diffusione dell'atmosfera modificata è frutto del forte impulso dato in tal senso dalle grandi catene distributive a livello europeo. Sia in Gran Bretagna che in Francia, l'atmosfera modificata ha conquistato un'importante quota del mercato dei cibi freschi, anche se, fra questi, la carne non figura, come si potrebbe supporre, ai primi posti.

Nel prossimo triennio il mercato complessivo degli alimenti aumenterà del 1,5% all'anno, il mercato dei prodotti freschi preconfezionati vedrà una crescita del 9,7% circa.

Nonostante i suoi numerosi pregi, l'atmosfera modificata non riscuote molto successo da parte del consumatore finale, soprattutto di quello italiano, molto diffidente e prevenuto in proposito. Fra la carne a lunga conservazione garantita e la carne fresca, sceglie quest'ultima, che per di più costa meno.

Nel 1999, è stato introdotto da Grace Italia un nuovo sistema di confezionamento in atmosfera modificata che, utilizza un film barriera, per sigillare tramite l'avvolgimento vaschette di qualsiasi materiale (cartone, polistirene espanso, altre plastiche rigide).

È diventata sempre più diffusa, infine, l'introduzione di coadiuvanti per il confezionamento, quali gli assorbenti per l'essudato che si accumula nelle vaschette.

Tab. 8. Pericoli associati alla produzione di carni e metodologia di controllo per monitorare l'igiene delle carni attraverso l'HACCP

Pericolo	Metodi di controllo
Biologico	■ Controllo merce in arrivo (caratteristiche visive prodotto, integrità confezioni, date di scadenza) ■ Controlli analitici sulla merce in arrivo ■ Rispetto delle temperature raccomandate ■ Corretta manipolazione degli alimenti (istruzione del personale) ■ Piani di pulizia, sanificazione, disinfestazione ■ Rispetto dei parametri di processo ■ Controlli analitici sul processo ■ Controlli analitici sui prodotti
Chimico	■ Documentazione riguardante la provenienza dell'alimento ■ Controlli analitici sulla merce in arrivo ■ Corretto impiego di detergenti e disinfettanti ■ Rispetto dei parametri di processo ■ Controlli analitici sul processo ■ Controlli analitici sui prodotti
Fisico	■ Corretto funzionamento degli impianti (manutenzione programmata) ■ Controllo delle condizioni di magazzinaggio e conservazione ■ Impiego a tutti i livelli di attrezzature idonee ■ Piani di pulizie ■ Istruzione del personale ■ Controllo visivi o con rilevatori appositi

Fonte: "Igiene degli alimenti e HACCP"

Tab. 9. Applicazione della metodologia HACCP nelle fasi di lavorazione delle carni

N.	Fase	Rischio	Azione preventiva	Azione correttiva	Metodologia	Indicatori
1	Arrivo e stoccaggio carni fresche	Contaminazione carni e cattivo stato di conservazione	Evitare promiscuità di carni imballate e non, asportare parti insudiciate, evitare carico eccessivo delle celle, personale di scarico indossi sopravvesti pulite e copricapo. Controllo del pH (>6) e della temperatura a cuore (<+7°C)	Osservanza prescrizioni programmazione lavoro ed educazione del personale	Campionamento di area di 20 cm ² per esame batteriologico	CBT<105/cm ² E.coli<102/cm ² Salmonella ass.
2	Lavorazione carni	Contaminazione carni e cattivo stato di conservazione	Verifica della pulizia di locali, di piani di lavoro e attrezzature prima di iniziare la lavorazione, usare pedane grigliate, adottare sistemi idonei di raccolta ed allontanamento di grasso e ossa, il personale indossi sopravvesti pulite ed utilizzi gli sterilizzatori per i coltelli, temperatura della carne non superiori a +7°C	Osservanza prescrizioni programmazione lavoro ed educazione del personale	Controllo della sanificazione mediante tamponi, verifica funzionamento sterilizzatori	CBT<102/cm ² E.coli<5/cm ²
3	Spedizione	Contaminazione carni e cattivo stato di conservazione	Mantenere separate le carni imballate da quelle non, assicurare adeguata protezione delle	Osservanza prescrizioni	Esame microb. sul prodotto finito, controllo T di locali e	
			carni durante le operazioni di carico, rispettare la catena del freddo		carni	

Fonte: "Igiene degli alimenti e HACCP"

1.4.C Gruppi clienti

Tra i gruppi di clienti del settore possiamo operare una prima distinzione tra:

- consumatori finali;
- intermediari commerciali.

Consumatori finali

Il consumo complessivo di carni fresche è caratterizzato da:

- stabilità della domanda;
- alta percentuale di penetrazione e buona frequenza di consumo,
- preferenza accordata in relazione all'apporto di sostanze nutritive preziose, alle intrinseche proprietà energetiche e alla completezza nutrizionale;
- timore di conseguenze negative per la salute (alta presenza di colesterolo) e preoccupazione per le sostanze nocive presenti nella carne (ormoni, sostanze chimiche, agenti batterici e parassitari).

Il consumatore che preferisce acquistare la carne in un supermercato lo fa principalmente per comodità. In seconda battuta sceglie questo punto vendita perchè giudica buona la qualità offerta, quasi pari all'offerta delle macellerie tradizionali.

Il banco carni del supermercato attira anche per l'assortimento offerto e il buon rapporto prezzo/qualità.

Chi va dal macellaio acquista solo carne al taglio. Nei punti di vendita moderni le preferenze si ripartiscono equamente tra prodotti al taglio e confezionati.

Nelle grandi superfici (IPER) si preferiscono i prodotti confezionati più in linea con lo spirito di rapidità di acquisto del punto di vendita. Per le esigenze particolari è sufficiente avere a disposizione la possibilità di chiamata del personale con il campanello.

Il prezzo è una variabile importante per tutte le fasce di consumatori nella scelta di acquisto della carne. Nel caso di prodotto confezionato si bada di

più al prezzo unitario della confezione piuttosto che al prezzo al kilo del prodotto.

Tra i fattori di scelta della carne predominano le caratteristiche della tenerezza e della magrezza. La tenerezza è un parametro per il quale il consumatore è disposto anche a spendere un pò di più.

Per il fattore prezzo ci si orienta su tagli meno pregiati o animali meno costosi ma mai a scapito del tenero e magro.

Un altro aspetto a cui i consumatori prestano attenzione nell'acquisto della carne è il colore (poco rosso in caso di carne bovina).

Nella scelta di un pezzo di carne o di un prodotto elaborato si rileva una elevata sensibilità al tempo rapido di preparazione (cottura) casalinga.

L'immagine della carne è centrata sull'apporto di sostanze nutritive preziose a cui si legano due concetti: le proprietà energetiche e quelle nutrizionali (alimento base nell'equilibrio della diete).

Più della metà dei consumatori considera rischioso il consumo frequente di carne per motivi salutistici. Questi timori sono legati prevalentemente a:

- preoccupazioni per la salute legate all'insorgere del colesterolo;
- preoccupazioni sulla presenza di ormoni nocivi.

Il segmento dei più preoccupati sulla salubrità della carne risulta quello degli anziani.

Nell'insieme però è largamente prevalente l'idea che il consumo di carne sia una scelta corretta anche se non obbligatoria.

Chi è preoccupato per motivi salutistici legati al colesterolo, limita ma non esclude il consumo di carne. Coloro i quali sono invece attenti al problema degli ormoni tendono maggiormente ad escluderla dalla dieta.

La frequenza ottimale di consumo si attesta sulle tre volte a settimana, quella massima quattro volte.

Esiste però una larga fascia di italiani (tra il 35 e il 45%) che ritiene che un consumo medio di carne pari a cinque volte a settimana non comporti pericoli eccessivi.

I consumi di carne bovina presentano le seguenti caratteristiche:

- ripresa del consumo procapite di carne bovina, che nel 2002 rappresentava il 28,3% del totale carni, nel 2004 è risalita al 29,6% del consumo globale di carni;
- alta percentuale di penetrazione, pari all'84,9% per la carne bovina in generale, al 38,7% per il vitello e al 72% per il vitellone e buona frequenza di consumo (pari a 3/4 volte la settimana); esiste una fascia di italiani (tra il 35% e il 45%) che ritiene che un consumo medio di carne non comporti pericoli eccessivi;
- elevata preferenza accordata alla carne bovina da parte degli sportivi e dei giovani, per l'elevato apporto energetico e salutistico in relazione alla completezza nutrizionale;
- maggior indice di spesa nelle famiglie composte da 1 o 2 componenti per la versatilità di preparazione. I modelli familiari ad 1 o 2 componenti, che rappresentano attualmente la metà dei nuclei familiari totali, hanno mostrato negli ultimi anni una maggior propensione verso il prodotto a piccola pezzatura, spesso confezionato e veicolato nella distribuzione moderna;
- calo generalizzato della spesa familiare per l'acquisto di carni bovine in tutta Italia, tranne che nel Centro-Sud, caratterizzato da una popolazione con un medio livello di reddito procapite, con un'alta propensione alla spesa alimentare;
- incremento costante delle carni bovine confezionate a marchio del produttore e del distributore, sia seconde che terze lavorazioni, che contribuiscono a rivitalizzare la domanda di bovino;
- maggiore propensione, nell'ambito delle carni di vitello, verso i tagli più pregiati, quali l'arrosto, la fesa, le scaloppine; nel 2003, rispetto al 2002, è un po' calata la preferenza del consumatore verso i tagli nobili, con un orientamento più spinto verso parti più economiche (bocconcini, frattaglie).

Per quanto riguarda il bovino adulto i tagli preferiti dal consumatore sono, al contrario del vitello, i tagli meno nobili (carne trita, la bistecca, il bollito); nel 2003, rispetto al 2002, è aumentata la preferenza per l'hamburger, il carpaccio e il filetto.

Intermediari commerciali

Nella rete distributiva del settore si distinguono diverse figure di intermediari commerciali, la cui importanza e ruolo mutano nel corso degli anni .

La figura del grossista si sta evolvendo nel settore: da puro commerciante di carni si sta trasformando in piccola impresa di lavorazione e stoccaggio delle carni per fornire direttamente macellerie, ambulanti, ristorazione collettiva e commerciale. L'importanza del grossista/distributore è elevata nel sud ove è maggiore la presenza degli esercizi al dettaglio e minore lo sviluppo della distribuzione moderna. Viceversa nel nord, dove le grosse imprese di macellazione preferiscono orientarsi verso una rete di vendita diretta, il ruolo del grossista, che spesso tratta anche bestiame, è in calo.

Retail

La vendita della carne al consumatore finale avviene nell'ambito di due canali principali:

- dettaglio tradizionale (macellerie, macellerie equine, pollerie);
- moderna distribuzione.

Dettaglio Tradizionale

Il dettaglio tradizionale presenta le seguenti caratteristiche:

- Incidenza nel 2004 del 57,5% sul totale retail;
- Rapporto di fiducia personale tra consumatore e macellaio e capacità di fornire un servizio "ad hoc";
- crescita dei volumi veicolati pari all'1,4% (2004/2003); le quantità commercializzate sono passate da 19.528 migliaia di quintali nel 2003 a 19.804 migliaia di quintali nel 2004;

- progressiva riduzione del numero di macellerie. I punti vendita tradizionali sono passati da 35.495 nel 1991 a 30.299 nel 2004, con un calo medio annuo del 2%. La Federcarni prevede un tasso di "mortalità programmato" dell'11% annuo, dovuto ad un limitato ricambio professionale e alla scarsa propensione alla trasformazione del punto vendita;
- acquisto prevalente di carne in osso, di cui il 60% è di provenienza nazionale. Si rileva, inoltre, la tendenza, da parte di alcune macellerie, di rifornirsi anche di tagli anatomici disossati sottovuoto, al fine di eliminare il problema degli scarti di lavorazione, di ridurre lo spazio frigorifero impegnato e di rifornirsi solo di parti richieste dal consumatore;
- posizionamento del prodotto a vista nel banco refrigerato, dotato di una lunghezza media di 5-7 metri lineari, dove, la carne bovina occupa il 55% circa, la carne suina il 17%, la carne avicola il 20%, la cunicola il 5%, la ovicaprina il 3%;

Gli ultimi dati disponibili segnalano, dal 2003 al 2004, un calo del numero delle macellerie dello 0,3% in tutta Italia, soprattutto in Piemonte, Veneto, Puglia, Lazio ed Emilia Romagna e una crescita in Lombardia, Sardegna.

Tab. 10. Numero delle macellerie, per regione, 2004

Regioni	Macellerie	
	N.	%
Piemonte	2.563	8,4
Valle D'Aosta	85	0,3
Lombardia	3.337	11,0
Trentino A.A.	402	1,3
Veneto	1.970	6,5
Friuli V. G.	522	1,7
Liguria	1.173	3,9
Emilia Romagna	1.662	5,5
Toscana	2.267	7,5
Umbria	457	1,5
Marche	820	2,7
Lazio	2.593	8,6
Abruzzi	634	2,1
Molise	204	0,7
Campania	3.854	12,7
Puglia	2.447	8,1
Basilicata	300	1,0
Calabria	829	2,7
Sicilia	3.310	10,9
Sardegna	870	2,9
Italia	30.299	100,0

Fonte: SEAT

Tab. 11. Evoluzione di alcune tipologie di punti vendita al dettaglio e al consumo, 2004

Punti vendita	2004
Alimentari	47.296
Salumerie	9.010 ^(b)
Macellerie	30.299
Latterie	2.804
Rosticcerie, girarrosti e tavole calde	^(b)
Bar e caffè	82.834
Pizzerie	22.282
Trattorie	12.273
Ristoranti	38.278
Alberghi	29.212
Pensioni	4.678

Punti vendita	2004
Collegi, convitti, pensionati	1.686
Ristoranti self-service e fast food	1412

a) - la metodologia di raccolta dei dati è tale per cui non si possono escludere le presenze del medesimo operatore in categorie diverse. I dati sono comunque validi nell'ambito dei grandi numeri e soprattutto come indicatori di tendenza

Fonte: SEAT

Moderna distribuzione

La moderna distribuzione presenta le seguenti caratteristiche:

- incidenza nel 2004, sul totale commercializzazione delle carni, del 25,9%, dove i supermercati rappresentano il 65%, le superette il 17%, gli ipermercati il 17% e i discount il 2%;
- sviluppo crescente del prodotto trattato + 2,6% nel 2004 rispetto al 2003, commercializzando nel 2004 8988 migliaia di quintali;
- commercializzazione del prodotto confezionato a marchio del produttore e a marchio del distributore, oppure trattato in vaschetta di polistirolo con film plastico, con l'apposizione del nome del punto vendita che lo commercializza.
- incidenza del reparto carni sul fatturato totale delle catene distributive variabile dal 12% al 18%, di cui il 55% è rappresentato dalla carne bovina, il 14% dalla suina, il 25% dalla carne avicola e il 6% dalla carne ovina;
- lo spazio espositivo medio, che occupa il 20% circa della superficie totale del punto vendita, varia dai 15 metri lineari dei super, ai 25-35 metri lineari degli iper e cash&carry, disposti su uno o più ripiani, ai 6 metri per la superette e per il discount. Lo spazio espositivo dedicato alla carne in un supermercato è adibito per il 32% alla carne avicola, per il 50% alla carne bovina, per il 10% alla carne suina, il 4 % alla cunicola, il 4% alla ovicaprina; all'interno della carne avicola lo spazio è ripartito per il 70% tra le prime e seconde lavorazioni di pollo e tacchino, il 30% tra le terze, quarte e quinte lavorazioni. Lo spazio espositivo medio della carne per un ipermercato è pari a 15 metri lineari disposti su 2 ripiani o 20-25 metri su un ripiano, dove il

pollame rappresenta il 33% dello spazio totale, il bovino il 43%, il suino il 12%, il coniglio il 5%, l'equino il 3% e l'ovicaprino il 4%. In un ipermercato la superficie destinata ai prodotti elaborati rappresenta il 33% del totale, mentre per le superette incide per il 10% su uno spazio espositivo pari a 7 metri lineari. Lo spazio in una superette è rappresentato per il 55% dalla carne bovina, per il 39% dalla carne avicola e il 6% dalla suina, in un discount il 60% è costituito dal bovino, il 10% dal suino e il 30% dall'avicolo.

- scelta di tagli di carni nazionale da parte delle principali catene di distribuzione per la freschezza del prodotto, che riesce ad avere una più lunga shelf-life sul punto vendita, poichè non subisce il trasporto dall'estero.

Le catene distributive solitamente si orientano all'acquisto di tagli anatomici freschi e sottovuoto e alla preparazione, porzionatura e confezionamento sul punto vendita;

- attrattività svolta dal reparto delle carni in generale nel trade moderno, soprattutto nei supermercati; il canale moderno, infatti, negli ultimi anni ha puntato alla valorizzazione dei prodotti "freschi" (carne, salumi, frutta e verdura), degli elaborati ad alto contenuto di servizio per qualificare i propri punti vendita, aumentare la frequenza di visita, sottrarre clientela al dettaglio tradizionale e differenziarsi rispetto alla concorrenza;

- la dimensione media dell'assortimento è pari a 150-170 referenze, per i supermercati, e 180-230 per gli ipermercati; fra le altre carni spiccano quelle avicole, presenti sugli scaffali con un maggior numero di referenze, dovuto alla maggiore offerta di III e IV lavorazioni;

- la rotazione media sul banco espositivo è di due giorni per i supermercati, e giornaliera per gli ipermercati; le consegne avvengono, due-tre volte a settimana per i supermercati, e giornaliera per molti ipermercati;

- affermazione progressiva di prodotto avicolo, bovino e suino a marchio del distributore. Il prodotto tradizionale a marchio del distributore si posiziona in una fascia media e medio-bassa di prezzo, le terze e quarte lavorazioni in una fascia intermedia. Le aziende del trade moderno che trattano prodotto a marchio commerciale sono Pam (Val Serena), Standa (Cascine del Sole), Gs (Buon Campo), Sma (La Corte), Esselunga, Coop

(con marchio di fantasia Gusti Ritrovati e Fattoria Natura) Conad a marchio Percorso Qualità Conad da fine 2005.

Apparato distributivo

I dati relativi all'apparato distributivo italiano all'1/1/2004 evidenziano un rallentamento nella crescita della Grande Distribuzione (+1,6). Prosegue lo sviluppo di Supermercati e Ipermercati (+4,3%). Stabili invece i grandi magazzini. A seconda delle diverse formule distributive, si individuano tre tipologie di esercizi con un impatto differente sul comportamento del consumatore:

- negozi di grandi superfici (ipermercati esupermercati/superstore), con una prevalenza di vendita self-service, un'ubicazione in aree periferiche e facilmente raggiungibili, che svolgono nei confronti del consumatore un'attrazione per la convenienza e la massima ampiezza di gamma dei prodotti trattati, la frequenza di visita è settimanale o quindicinale e necessita di una programmazione dei quantitativi di spesa;
- negozi di dimensioni medie (superette e supermercati alimentari), caratterizzati da un maggior contenuto di servizio in termini di offerta (freschi), di assistenza alla vendita e al cliente, da un'organizzazione degli spazi orientata a ricreare la dimensione del negozio e da un'ubicazione quartierale. La frequenza di visita è di due o tre volte la settimana l'attrazione per il consumatore è rappresentata dall'acquisto di qualità, grazie anche all'alta qualità del servizio offerto;
- negozi di piccole dimensioni (minimarket, superette) che si identificano attraverso la prevalenza della vendita assistita, attraverso un'offerta limitata in termini di famiglie di prodotti e attraverso un'ubicazione centrale. La frequenza di visita è quasi giornaliera per acquisti quotidiani e di base, destinata ad un consumatore sensibile al contatto personale con il negoziante.

Discount Hard e soft

Le carni pesano per il 2% nel canale discount e vengono veicolate prevalentemente sotto forma di prodotto congelato o confezionato in atmosfera protettiva. Dopo alcuni anni di continue affermazioni più o meno pronunciate nel 2004 i discount accusano segni di cedimento (-1,8% in quantità). Attualmente, è soprattutto la componente "soft" che evidenzia le migliori performances a scapito degli "hard" e si rileva inoltre:

- un riassetto interno al canale che vede la chiusura di molti punti di vendita minori ed il potenziamento delle catene di maggiori dimensioni;
- una crescita della formula discount soprattutto nel mezzogiorno d'Italia dove l'indice di diffusione è in notevole ritardo rispetto alle aree del nord.

Nel 2004 i prodotti di primo prezzo (discount più GD e DO classica) consolidano la quota di mercato (circa il 10-12% retail totale escluso catering) di cui circa 75-80% è appannaggio esclusivo dei discount (GD e DO puntano con ottimi risultati sui marchi insegna).

Il discount soddisfa un segmento della domanda orientata alla convenienza. Si propone infatti al consumatore come una forma distributiva in grado di offrire un assortimento di prodotti, di base a forte valenza logistica (prodotti di scorta), al prezzo più basso possibile per un determinato standard qualitativo.

Il livello di convenienza offerto dall'Hard Discount, rispetto alle altre tipologie di vendita (supermercato, ipermercato) attualmente oscilla attorno al 30-35% (40-45% fino al 2002, a volte raggiungeva anche punte del 50%).

Il livello di convenienza si riduce quindi al 30-35% in quanto:

- la rete discount nazionale si sta strutturando più verso il soft;
- il punto vendita ha la necessità di commercializzare referenze qualitativamente soddisfacenti pena il "divorzio" dal negozio (sui prodotti surgelati il consumatore).

Il vantaggio competitivo di prezzo per i discount, è dovuto principalmente a tre fattori:

- economie d'acquisto dovute agli ingenti volumi trattati con una contrattazione a prezzo netto a fronte di livelli qualitativi minimi garantiti;
- prodotti non di marca o di marche non leader;
- spinto contenimento dei costi operativi.

Negli anni scorsi della competitività dei discount ne hanno risentito, oltre l'industria di marca, anche la distribuzione. L'ingresso dei discount ha determinato infatti, da un lato, un allargamento dello spazio sui lineari destinato ai prodotti di primo prezzo; dall'altro, una riduzione dei margini commerciali della distribuzione (legata alla crescita delle promozioni di prezzo e di premi per fidelizzare il consumatore). La contrazione più significativa dei margini è stata registrata dagli ipermercati, dovuta alle maggiori difficoltà di questa tipologia distributiva a ridurre i prezzi di vendita.

La maggiore frequenza d'acquisto nei discount si è avuta per pasta, latte e suoi derivati, salumi, oli e dolci vari, meno interesse, su questo canale, è stato suscitato dal pesce, dagli ortofrutticoli e dalla carne. Ma lo scenario sembra destinato a mutare, in conseguenza della nuova politica sui freschi che i discount hanno, di recente, adottato.

Un valido esempio, fra i tanti, viene offerto dalla Francia, dove ormai gli iper si sono pressochè allineati, con i propri primi prezzi, ai discounters puri, e i discount, soprattutto i soft, stanno reagendo con l'apertura, nei punti vendita già esistenti, di unità "freschezza", nell'intento di integrare l'assortimento di questi ultimi e con l'obiettivo strategico di differenziarsi dagli altri discounters.

Così ha fatto Promodès lanciando l'insegna Capfrais, accanto alle preesistenti insegne dei soft discount del suo stesso gruppo, Dia. Tale nuova apertura ha determinato un incremento della frequenza dei discount Dia collegati, il cui volume di vendita è cresciuto dal 10% al 60%. La carne è

disposta su un lineare di 8 metri sul fondo del negozio; la macelleria funziona a libero servizio e si concentra su tre tipologie di rotazione: manzo, suino e agnello. Ogni vassoio sotto pellicola contiene da 2 a 8 porzioni; l'avicolo ed il cunicolo sono disponibili solamente refrigerati.

Tale abbinamento non è nuovo per le grandi catene discount, come la tedesca Lidl che, sempre in Francia, ha stretto accordi con la catena di macellerie Carnivor.

In Italia, oltre che nelle insegne straniere (Lidl e Dia, ad esempio), anche fra quelle italiane stanno nascendo accordi di questo tipo, vale a dire "contratti di somministrazione" fra operatori specializzati e hard discount:

- il gruppo ED, ad esempio, ha subaffittato 9 metri della sua shelf line, per la vendita delle carni a degli operatori specifici;
- EGA tratta anch'esso le carni, porzionate a libero servizio, con la differenza che si tratta di carni marchiate da aziende note, a dimostrazione che, con la carne, la sola leva prezzo non basta;
- Leader (Fior Fiore, VèGè) offre, oltre un ridotto assortimento scontatissimo dell'hard discount, il banco macelleria, ortofrutta e salumi;
- LD (Lombardini discount) offre la carne, in 10 dei suoi 150 discount;
- la maggior parte viene venduta "a taglio", perchè il banco carni già esisteva prima della riqualificazione del pdv in hard discount, tranne l'avicunicolo che è venduto a libero servizio, senza marchio.

Il ricarico medio per la carne nei discount è del 10% circa per l'assistito, e dell'8% per il libero servizio.

L'internazionalizzazione del sistema delle aree interne di Sicilia

Apriamo questa sezione con il prendere in rassegna l'andamento dell'attività per aree d'affari e segmento.

Tab. 12. Carni fresche nella moderna distribuzione: ripartizione dei consumi in valore per tipo di carne, dal 2003 al 2004

Tipologia di carne	2003	2004	% variaz. 2004/2003
• oviscaprina	29,6	28,0	- 5,4
• suina	596,1	520,0	- 12,8
• bovina	1.812,0	1.900,0	4,9
Totale carni	4.023,8	4.101,6	1,9

Fonte: Databank

Andamento del comparto carne

I dati relativi alla situazione del comparto carni (patrimonio, macellazioni, importazioni di animali vivi e carni, variazioni giacenze) sono notevolmente discordi tra loro in quanto le problematiche che lo interessano (elevata frammentazione degli allevamenti e dei macelli, soprattutto quelli a carattere artigianale, difficoltà nel reperimento dati, ritardi nelle registrazioni delle bolle doganali, frodi del pagamento dell'IVA a livello di importazione carni) sono tante e tali da rendere difficile un'attenta e valida analisi di mercato.

Partendo dai dati delle più autorevoli fonti (ISMEA, ISTAT, Associazioni di categoria) e sulla base delle informazioni raccolte da esperti che operano da tempo nel settore, si è giunti a formulare stime che consentono di valutare il più fedelmente possibile il consumo in volume. Nel 2004 il consumo complessivo di carni (le carni suine comprendono i salumi) ha registrato, rispetto al 2003, una crescita pari al 3,3% in volume.

Tab. 13. Carni fresche (le carni suine comprensive dei salumi): produzione, importazione, esportazione e consumi in volume, dal 2002 al 2004 (000 q.li)

	2002	2003	2004	% variaz. 2004/2003
Macellazione:				
• ovicapriini	775,5	757,9	732,6	- 3,3
• equini	537,1	529,9	504,1	- 4,9
• cunicoli	2.331,0	2.399,0	2.412,0	0,5
• avicoli	11.505,0	11.772,0	11.955,0	1,6
• suini ^(a)	14.103,0	13.958,0	14.122,0	1,2
• bovini	11.804,0	11.594,0	11.112,0	- 4,2
Totale	41.055,6	41.010,8	40.837,7	- 0,4
Importazione:				
• ovicapriini	228,0	234,0	238,0	1,7
• equini	219,0	209,0	188,0	- 10,0
• cunicoli	143,0	124,0	116,0	- 6,5
• avicoli	272,4	218,2	214,1	- 1,9
• suini	6.582,0	6.489,0	7.713,0	18,9
• bovini	3.002,0	3.484,0	3.922,0	12,6
Totale	10.446,4	10.758,2	12.391,1	15,2
Esportazioni:				
• ovicapriini	9,0	23,0	31,0	34,8
• equini	2,0	9,0	6,0	- 33,3
• cunicoli	35,0	55,0	54,0	- 1,8
• avicoli	736,0	876,8	1.082,9	23,5
• suini	589,1	678,2	686,4	1,2

	2002	2003	2004	% variaz. 2004/2003
• bovini	909,0	1.161,0	886,0	- 23,7
Totale	2.280,1	2.803,0	2.746,3	- 2,0
Consumi:				
• ovicaprimi	994,5	914,9	975,6	6,6
• equini	754,1	729,9	686,1,1	- 6,0
• cunicoli	2.439,0	2.468,0	2.474,0	0,2
• avicoli	11.041,4	11.113,4	11.086,2	- 0,2
• suini ^(b)	20.095,9	19.768,8	21.148,6	7,0
• bovini ^(c)	11.243,0	11.817,0	12.004,0	1,6
Totale	46.567,9	46.812,0	48.374,5	3,3

a) - produzione di capi derivante dalla macellazione di capi allevati in Italia e di suini importati per la macellazione inclusi grasso e strutto

b) - comprende carne suina fresca + salumi, grasso e lardo

c) - il calcolo dei consumi di carne bovina è stato fatto considerando il calo peso e eliminando il grasso e la variazione giacenza.

Fonti: ISTAT, ISMEA, Databank

Andamento della produzione

Nel 2004, la macellazione totale di carni è diminuita dello 0,4%. In particolare, sono calate le macellazioni di ovicaprimi (-3,3%), equini (-4,9%) e bovini (-4,2%) e sono cresciute quelle di conigli (+0,5%), pollame (+1,6%) e suini (+1,2%). I continui problemi igienico-sanitari e la concorrenza con il prodotto estero, più conveniente e più costante, costituiscono una minaccia crescente per il settore zootecnico nazionale, sia a livello di allevamenti che di strutture di macellazione e favoriscono la concentrazione produttiva e la crescita delle imprese maggiori. Continua, infatti, la chiusura di strutture di macellazione artigianali e pubbliche, non in regola con la nuova normativa europea, entrata in vigore il 31/12/2004, soprattutto nel settore bovino e suino, e, nello stesso tempo, aumenta il numero di impianti che stanno acquisendo il bollo Cee, per poter esportare e fornire maggiori garanzie al trade moderno.

Andamento delle importazioni

Nel 2004 le importazioni di carne sono aumentate del 15,2% rispetto al 2003. Le importazioni di carne bovina sono cresciute del 12,6% nel 2004 rispetto al 2003, quelle di carne suina del 18,9%, quelle di carne ovicaprina dell'1,2%, sono diminuite dell'1,9% quelle di carne avicola, del 10% quelle di carne equina e del 6,5% quelle di coniglio. I principali paesi fornitori sono la Francia, la Germania e l'Olanda per le carni fresche e congelate, stanno crescendo le forniture dai Paesi dell'Est Europeo e dall'America Latina.

I principali paesi europei fornitori di carni suine sono i Paesi Bassi (30,4%), la Francia, la Germania e la Danimarca.

Andamento delle esportazioni

Le esportazioni di carne nel 2004, rispetto al 2003, sono calate del 2%. Si registra una flessione per le forniture estere di carne bovina (-23,7%), carne cunicola (-1,8%) ed equina (-33,3%), mentre si realizza una crescita per la carne avicola (23,5%), quella ovicaprina (34,8%) e quella suina (1,2%)

Andamento della domanda interna

Nel 2004 si assiste ad una crescita del consumo complessivo di carni, comprese quelle trasformate (salumi) pari al 3,3% rispetto al 2003; nel quinquennio 2002/2004 il consumo di carni è aumentato dell'1,5%, come segnale di un rinnovato interesse del consumatore per i prodotti carnei.

A livello di singoli segmenti si può rilevare un forte aumento dei consumi nel 2004 rispetto al 2003 per le carni ovicaprine, pari al 6,6%, delle carni equine pari al 10,4% e delle carni suine fresche e trasformate pari al 7%; si registra una crescita più contenuta per i conigli (0,2%) e per i bovini (+1,2%), e un calo della carne avicola pari all'1,2%.

L'oscillazione continua dei consumi di carne e lo spostamento della domanda da una carne all'altra dipende dai problemi sanitari- veterinari- chimici, che si sono susseguiti in questi ultimi anni e che hanno colpito indistintamente tutti i vari tipi di carne (BSE, peste suina, influenza dei polli, diossina nei mangimi zootecnici), provocando cadute dei prezzi e dei consumi della carne coinvolta, mentre le altre carni registravano rialzi delle quotazioni e di consumi, sia a livello nazionale che internazionale.

Per quanto riguarda i consumi per canale distributivo, si può notare una crescita del canale moderno pari al 2,6%, con un andamento più vivace per la carne ovicaprina (+7,4%), equina (+13%) e suina (+6%), mentre la carne avicola (+1,1%), cunicola (+2,2%) e bovina (+2,1) si caratterizzano per un tasso d'incremento più contenuto.

Tab. 14. Carne totale (le carni suine escludono i salumi) ripartizione dei consumi in volume per tipo di carne e canale distributivo, dal 2003 al 2004 (000 q.li)

	2003	2004	% variaz. 2004/2003
Dettaglio tradizionale			
• Ovicapriini	794,9	846,6	6,5
• suini	4.212,0	4.463,0	6,0
• bovini	6.357,0	6.446,0	1,4
Totale	19.528,2	19.804,9	1,4
GD+DO			
• ovicapriini	68,0	73,0	7,4
• suini	1.684,0	1.785,0	6,0
• bovini	3.180,0	3.248,0	2,1
Totale	8.777,0	8.998,0	2,5
• Hard Discount	114,0	117,0	2,6
Catering			
• ovicapriini	52,0	56,0	7,7
• suini	706,0	752,0	6,5
• bovini	1.410,0	1.430,0	1,4
Totale	4.292,0	4.377,0	2,0
Totale autoconsumo	550,0	540,0	- 1,8
Totale industria	690,0	700,0	1,4
Totale consumi carni fresche	33.837,2	34.419,9	1,7

Fonte: Databank

Andamento delle carni nel mondo e nella UE

Produzione e mercato

La produzione mondiale di carne ha toccato i 93,9 mila euro di tonnellate nel 2004, con una crescita del 2,7% rispetto al 2003. Il 36,3% della produzione totale è rappresentato dalla carne suina, il 28,3% da quella bovina, il 32,5% da quella avicola e il 2,9% da quella ovicaprina. La produzione europea di carne è stata, secondo OECD di 33,6 mila euro di tonnellate nel 2004, con una flessione dello 0,3% rispetto al 2003. La carne suina rappresenta il 48,2% del totale, quella bovina il 22,4%, quella avicola il 25,9% e quella ovicaprina il 3,4%.

I maggiori produttori di carni mondiali sono gli Stati Uniti, la UE, l'ex-URSS e la Cina, mentre per l'Europa sono la Germania, la Francia, il Regno Unito, la Spagna, l'Olanda e l'Italia. Il consumo mondiale di carne raggiunge 89,3 mila euro di tonnellate, con una crescita nel 2004 del 3% rispetto al 2003.

La carne bovina rappresenta il 29% del consumo totale mondiale, quella suina il 37%, quella avicola il 31,4% e quella ovicaprina il 2,7%.

Il consumo nella Comunità Europea realizza 32,8 mila euro di tonnellate nel 2004, con una crescita del 3% rispetto al 2003. Nella UE la carne bovina incide per il 22% del consumo europeo, quella suina per il 49,5%, quella avicola per il 24,3% e quella ovicaprina per il 4,2%.

Tab. 15. Consumo europeo dei vari tipi di carne, dal 2002 al 2004(000 ton.)

Ciclo di vita dei prodotti

Tab. 16. Posizionamento dei vari prodotti lungo la curva del ciclo di vita, 2005

	INTRO.	SVILUPPO	MATURITÀ	DECLINO	RIVIT.
• Carni fresche nella GDO					
• Bovino	----->				
• Suino	----->				
• Ovicaprino	----->				
• Prime lavorazioni	----->				
• Seconde lavorazioni	----->				
• Terze lavorazioni	----->				
• Quarte lavorazioni	----->				
• Quinte lavorazioni	----->				

Fonte: Databank

L'analisi SWOT

Analisi delle minacce e delle opportunità.

Il settore delle carni è condizionato da continue oscillazioni di prezzi, produzione e consumi, determinate da una serie di fenomeni intrinseci ed estrinseci al business. I principali fattori che vincolano lo sviluppo delle carni sono:

- elevata influenza delle normative comunitarie per quanto riguarda la macellazione e lavorazione delle carni a livello igienico, sanitario, veterinario, ambientale;
- problematiche igieniche, sanitarie e veterinarie (BSE;TBC, ormoni, peste suina, salmonellosi, "influenza dei polli", "diossina nei polli, suini e bovini"), che colpiscono l'immaginario collettivo, determinano instabilità e inducono ad una continua fluttuazione dei consumi;
- mancata programmazione della produzione e reazioni impulsive agli andamenti del mercato, che comportano oscillazioni dei prezzi ed un'alternanza di eccedenze produttive/scarsità offerta;
- elevata polverizzazione delle imprese di macellazione, con conseguenze negative sulla redditività del business e sugli adeguamenti degli impianti a livelli tecnologici e sanitari superiori;
- scarsa rilevanza delle politiche commerciali e di marketing efficaci, in grado di indurre la fedeltà del trade e del consumatore;
- crescente minaccia esercitata dai prodotti sostitutivi (formaggio, verdure) e dall'affermazione della dieta mediterranea (pasta).

Sulla base di tali vincoli, dei mutamenti congiunturali e delle crescenti richieste del trade, si possono individuare le seguenti minacce:

- scarsa redditività del business nazionale, determinata dagli elevati costi di produzione e da prezzi ricavo non sempre remunerativi, che spesso non compensano lo sforzo produttivo incentrato sulla qualità delle aziende italiane, rispetto al prodotto estero, più economico;
- continuo calo degli allevamenti zootecnici nazionali, favorito dalla politica agricola europea, che agevola gli allevamenti estensivi a scapito di quelli

intensivi, con conseguente aumento di richieste di forniture estere sia da parte delle aziende, che da parte del trade;

- instabilità della situazione sanitaria con continui scandali sanitari e veterinari;

- esaltazione della dieta mediterranea, con la progressiva riduzione della carne nel regime alimentare. Tale dieta prevede un aumento delle proteine vegetali a scapito di quelle animali, con un incremento nei consumi di pane, pasta, verdure e frutta e un calo di carne, uova, salumi e formaggi grassi;

- un atteggiamento all'acquisto da parte del consumatore sempre più orientato alla convenienza, con il continuo proliferare di promozioni, tagli prezzo, sia sul prodotto tradizionale che lavorato, svilendo l'immagine degli elaborati, prodotti con un alto contenuto di servizio. L'attenzione al prezzo favorisce la crescita delle carni a marchio dei distributori, caratterizzate generalmente da prezzi più bassi rispetto ai marchi dei maggiori produttori, e da buona qualità, dal momento che la produzione è affidata a medie e grosse imprese del settore;

- la tendenza in atto nei rapporti industria/GDO, che prevede il passaggio dalla consegna diretta stabilimento di produzione/punti vendita moderni a unità produttiva/piattaforme di distribuzione della moderna distribuzione costituisce una minaccia per i principali competitor del settore. Infatti, il passaggio dalla piattaforma allunga il tempo di arrivo del prodotto al consumatore, compromettendone le caratteristiche di qualità/freschezza, dal momento che l'industria non avrebbe più il controllo della catena del freddo. Inoltre costituisce una minaccia perchè aumenta il potere contrattuale del trade moderno, che potrebbe gestire gli spazi, l'assortimento e la gamma; in tal modo il servizio al punto di vendita non costituirebbe più un vantaggio competitivo per le leader;

Tra le opportunità del settore si segnalano:

- la crescente concentrazione produttiva che si sta attuando attraverso l'acquisizione da parte di grossi gruppi di aziende medie e medio-piccole, al fine di creare una specializzazione delle produzioni e di godere di sinergie

commerciali e di aumentare la penetrazione territoriale e il potere contrattuale nei confronti dei clienti e dei fornitori;

- l'applicazione di nuove tecnologie al processo produttivo, quali la meccanizzazione completa, l'automazione di tutte le operazioni dell'attività di macellazione e lavorazione carni, con una notevole riduzione dei costi e un aumento della produttività;

- l'applicazione delle norme ISO 9001/2/3 nella gestione aziendale e del sistema HACCP costituirà un plus e un punto di forza per le aziende che puntano a consolidare la penetrazione nella moderna distribuzione poiché sarà garantito un sistema qualità e un'auto certificazione a livello igienico sanitario;

- l'attuazione, a livello UE, di normative sanitarie per la regolamentazione dell'allevamento, della macellazione e della commercializzazione delle carni, permetteranno alle aziende che operano con tecniche evolute e usufruiscono del Bollo CEE, di incrementare i loro scambi a livello comunitario;

- elevati standard qualitativi costituiranno sempre più un "plus" per la produzione italiana nei confronti della concorrenza estera. Tali standard si realizzano grazie ad un controllo totale di filiera, a partire dal mangimificio, dall'allevatore, all'azienda di macellazione, lavorazione e commercializzazione, per arrivare al canale distributivo finale;

- la produzione di animali alimentati con mangimi esclusivamente vegetali premierà quelle aziende, che si sono impegnate a differenziarsi verso una qualità del prodotto superiore; anche l'introduzione del "delle carni biologiche", costituirà per le imprese un fattore importante per la penetrazione nella GDO;

- lo sviluppo e l'ampliamento della gamma di prodotti elaborati carnei ad alto contenuto innovativo e di servizio contribuisce alla rivitalizzazione dei consumi di carne; l'introduzione di prodotti già cotti, pronti per essere scaldati in forno, da vendere nel banco gastronomia o confezionati nel banco a libero servizio, offrirà nuove occasioni di consumo;

- lo studio e l'applicazione di nuove forme di packaging, capaci di allungare la vita media del prodotto fresco, con l'impiego dell'atmosfera controllata e del confezionamento sottovuoto costituiranno una buona opportunità per le

imprese orientate al canale moderno, interessate oltre all'allungamento della shelf life, al servizio aggiuntivo derivante dall'offerta di carni già porzionate e confezionate, pronte per la vendita

Tendenze e prospettive

A livello Comunitario le previsioni per il 2006 sono:

- flessione leggera delle macellazioni di bovini, pari allo 0,1% e diminuzione dei consumi di carne bovina pari allo 0,6%;
- aumento delle macellazioni di suini dello 0-1%, e crescita dei consumi del 2,8%, a seguito del calo dei prezzi nel 2004;
- aumento complessivo della produzione comunitaria di carne pari all'1,3% e del consumo di carne dell'1,8%.

Nel 2005 a livello europeo tutto il settore zootecnico è stato sconvolto da uno scandalo di portata internazionale che ha coinvolto l'industria mangimistica belga , dove è stata riscontrata la presenza di diossina, proveniente dagli olii sintetici esausti, negli alimenti destinati agli allevamenti avicoli, suinicoli e bovini. Provvisoriamente sono state bloccate le esportazioni dal Belgio di polli, suini e bovini, provenienti dagli allevamenti sospetti.

La notizia ha provocato panico tra i consumatori di carne, con la conseguenza di un crollo dei prezzi e dei consumi.

A seguito di questo scandalo, la Comunità europea ha introdotto un documento in cui fissa principi più rigidi per la composizione dei mangimi, stabilisce controlli più rigidi e assicura la trasparenza sugli ingredienti utilizzati, al fine di migliorare la rintracciabilità delle sostanze additive.

Lo scandalo alimentare che ha investito la Ue, ha colpito anche l'Italia nel periodo di maggio-giugno , con grosse perdite a livello di mercato, dal momento che si è avuto un calo nei consumi di carni pari al 15-20%, che si è riassorbito solo a luglio.

Anche le quotazioni delle carni hanno subito forti flessioni nel periodo maggio-luglio, e si prevede che solo nel secondo semestre ci sia una ripresa dei prezzi. Le associazioni di categoria di allevatori e macellatori hanno attuato, a questo proposito a giugno una campagna d'informazione diretta al consumatore, per rassicurarlo sulla provenienza e affidabilità del prodotto nazionale, garantito dal fatto che in Italia si impiegano solo mangimi di produzione nazionale, in particolare per il pollame l'UNA ha assicurato che il nostro paese è autosufficiente per soddisfare i bisogni interni, che sul pollame italiano è presente il bollino sanitario che certifica la rintracciabilità e la garanzia dei controlli veterinari sulle carni.

Nel 2005 la UE ha fissato i parametri per ottenere il marchio biologico sulle carni: la dieta negli allevamenti dovrà essere selezionata (saranno escluse le farine animali, i mangimi a base di foraggio e leguminose, dovranno essere preparati senza uso di solventi chimici), divieto di somministrazione agli animali di farmaci e antibiotici. Il regolamento fissa inoltre l'età minima per la macellazione e le condizioni degli allevamenti.

Il quadro nazionale prevede per il 2006:

- diminuzione delle macellazioni bovine del -1-0,5% e leggero incremento dei consumi dello 0-1%; nella GDO la crescita della domanda di carne bovina si attesterà sull'1-2%;
- crescita delle macellazioni di suini intorno allo 2-3% e crescita dei consumi pari all'1,5-2,5%; nella moderna distribuzione si registrerà un aumento della richiesta di carne suina tra il 2-3%;
- aumento delle macellazioni di avicoli, pari all'1% e lieve flessione dei consumi dello 0,1%; nel trade moderno rallenterà la crescita di carni avicole e si attesterà tra l'1-2%;
- crescita delle macellazioni di equini (0-1%) e aumento dei consumi semestrali (1-2%), nella GDO continuerà la crescita di carne equina pari all'1-2%;
- calo delle macellazioni di ovicapri dell'1-2% e aumento dei consumi, pari all'1-2%, nella moderna distribuzione la richiesta di carne ovicaprina si attesterà sull'1-2%;

- calo delle macellazioni di conigli tra l'1-2% e crescita dei consumi tra lo 0,5-1% i consumi nella GDO cresceranno dell'1-1,5%.

Nelle carni commercializzate nella moderna distribuzione i segmenti con le migliori prospettive di crescita saranno gli elaborati di pollo e tacchino, coniglio, suino e bovino perché sono gli unici prodotti ad alto valore aggiunto non coinvolti dall'andamento altalenante dei prezzi di mercato delle carni, a differenza del prodotto tradizionale di tutte le produzioni zootecniche, caratterizzato da fasi di sovrapproduzione a prezzi bassi, a cui seguono periodi di scarsità dell'offerta con quotazioni elevate e molto più coinvolto negli scandali sanitari- veterinari, che colpiscono il comparto carni.

La crescente competizione sul prezzo sul prodotto tradizionale ed elaborato, da parte sia delle aziende leader che delle medie e piccole imprese, danneggerà alla lunga l'immagine della carne e porterà ad un inevitabile continua riduzione della redditività settoriale. Crescerà la fornitura di prontosaggo fresco e sottovuoto da indirizzare alla moderna distribuzione, commercializzato assieme agli elaborati; costituirebbe un vantaggio sia per il macellatore di carne suina e bovina, che aumenterebbe le forniture ad hoc per punto vendita, con un numero minore di consegne settimanali, sia per il dettaglio moderno, che risolverebbe problemi di manodopera, invenduto, scarti e freschezza dei tagli.

Risulta crescente il numero di macellatori, strutture di lavorazione carni suine e bovine che si stanno attrezzando per la produzione di carni elaborate e confezionate. Il progetto di qualificazione della filiera delle carni, sempre più importante dopo i recenti scandali sanitari e chimici, passa attraverso il controllo e la certificazione di tutte le fasi del processo produttivo, dal momento che aumenterà da parte della moderna distribuzione la richiesta di requisiti di rintracciabilità delle carni e di adeguamento alle norme ISO 9001 e 9002.

Si svilupperà, tra le aziende leader, l'integrazione orizzontale con altre aziende del settore carni per ampliare la gamma di prodotti offerti, per

incrementare la forza contrattuale nei confronti del trade e ottimizzare le consegne ai punti vendita.

Prospettive a medio-lungo termine

Tra i fattori in grado di influenzare l'evoluzione della competizione nel medio periodo, si segnalano:

- l'evoluzione dei consumi e del comportamento d'acquisto del consumatore;
- le dinamiche positive di sviluppo della distribuzione moderna e l'evoluzione delle politiche assortimentali.

Il consumatore

Stabilità delle prospettive economiche, invecchiamento della popolazione, rafforzamento del consumerismo, ma anche criticità e razionalità dell'acquisto, sono i fattori che sempre più vanno modificando i modelli di consumo.

Il consumatore quindi:

- tende a non fare più scelte rigide e aprioristiche ma variabili e occasionali, mixando prodotti generici e di marca;
- ricerca la convenienza non solo per motivazioni economiche, ma anche per esprimere la propria capacità di valutazione;
- deve provare piacere nell'atto di acquisto: il p.d.v. diventa uno spazio per conoscere i prodotti.

Tra le principali tendenze che influenzeranno il mercato alimentare nei prossimi anni possiamo quindi elencare:

- la praticità d'uso del prodotto e il contenuto di servizio;
- la salvaguardia delle peculiarità sensoriali dell'alimento;
- la realizzazione di prodotti che possono sostituire i pasti tradizionali
- e che rispondono meglio agli stili di vita moderni;
- packaging e prodotti che possono attrarre e incuriosire il consumatore;
- vere innovazioni e non extension line.

Per l'alimentare, e la carne in particolare, quindi, la competizione in futuro si giocherà su:

- i prodotti (veramente) innovativi;
- il contenuto di servizio;
- i prodotti tipici, locali (anche unbranded) o di alta gamma;
- i consumi fuori casa;
- la fedeltà al punto vendita;
- la marca commerciale.

La distribuzione

Tra i fenomeni, che nel medio periodo, incideranno sull'evoluzione della competizione, assume particolare importanza la trasformazione in atto nella distribuzione.

La modernizzazione e la concentrazione del sistema distributivo, (nonostante nel breve periodo la liberalizzazione delle licenze e il blocco dell'apertura di grandi strutture possa allentare tale processo), in atto, inoltre si tradurranno in una accresciuta competitività, imponendo forte attenzione alla produttività e piccole imprese alimentari che non dispongono di prodotti differenziati, ricerca di prodotti innovativi e maggior conoscenza del consumatore alle imprese maggiori.

La crescita del potere della distribuzione resta comunque un fattore condizionante anche per le marche più affermate. Dopo l'attuale fase di innovazione e ampliamento dello spazio nei lineari del libero servizio della distribuzione moderna, seguirà una fase di razionalizzazione degli assortimenti da parte delle catene che condiziona la competizione riducendo il numero delle aziende presenti.

E' adesso che le aziende più avvedute effettuano investimenti (ricerca e sviluppo nuovi prodotti, aumento della produttività, rete di vendita e logistica

efficace ed efficiente, investimenti sul trade, ecc.) per sviluppare e consolidare la propria posizione nella GDO.

Lo sviluppo di iniziative di co-marketing, infatti, modifica profondamente il rapporto tra industria e trade: si passa da una contrattazione per canale ad una per cliente. Le aziende che per prime riusciranno a consolidare i rapporti con il trade potranno raggiungere vantaggi competitivi considerevoli, creando barriere all'entrata agli altri competitors, fornitori solo di prodotti.

Relazione sulla realtà produttiva del distretto

Come avuto modo di illustrare abbondantemente nello studio inerente l'analisi del mercato e le prospettive dei prodotti carnei in ambito, sia europeo che nazionale, il trend prevedibile per i prodotti carnei nel medio-lungo periodo è di sensibile crescita.

In un contesto quindi di sensibile e duratura crescita, deve inquadrarsi l'azione di rifunzionalizzazione e di riorganizzazione profonda intrapresa dal e con le politiche di distretto portate avanti dal contesto territoriale che ha promosso tale strumento.

Il Patto Distrettuale della ***“Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia”***, agisce su un bacino geografico che interessa quattro delle nove province regionali:

- Palermo
- Caltanissetta
- Enna
- Messina

tocca 30 comuni, diversi enti ed associazioni di livello sia regionale che territoriale, enti di ricerca, enti di formazione, organizzazioni professionali e sindacali, università e consorzi di ricerca specialistica, oltre a circa 230 aziende private.

Storicamente la nostra regione, almeno stante ai dati acquisiti ed alle indagini condotte che hanno preso in rassegna le evoluzioni negli ultimi dieci anni, non è mai stata in grado di soddisfare le proprie necessità di consumo ed è dovuta ricorrere sempre più ad importazioni crescenti.

Il livello di importazioni, negli ultimi tre anni, si è quasi stabilizzato su una soglia riuscendo a raggiungere la soglia record dell'80% di prodotti carnei provenienti dai mercati, in parte nazionali, e soprattutto internazionali.

Questo crescente aumento della dipendenza da prodotti e da produzioni esterne, è stata da noi già presa in considerazione ed abbondantemente illustrata in altri elaborati che formano parte integrante della proposta distrettuale, ragione per cui in questa sezione eviteremo di ritornarci.

Il dato e la tendenza legata ad un forte e strutturale dipendenza verso prodotti e quote di mercato di provenienza internazionale, qui sinteticamente richiamato, ci serve in questa sede al solo scopo di avanzare alcune riflessioni sulle reali possibilità e potenzialità che, una forte politica distrettuale, possa determinare una significativa inversione di tendenza e quindi produrre un forte abbattimento degli attuali livelli di dipendenza esterna del territorio regionale.

In questo senso introduciamo subito alcuni elementi economici che, a nostro avviso, in maniera eloquente sintetizzano e fotografano chiaramente la realtà produttiva del distretto della ***“Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia”***.

Il primo dato economico che vogliamo introdurre è quello legato al fatturato globale che il tessuto produttivo, che ha dato vita e sottoscritto il patto distrettuale, in atto, riesce a raggiungere.

Questo dato, a sua volta, in ragione della forte specificità del tessuto produttivo coinvolto nel processo, è scomputabile in due sotto dati:

1. fatturato globale diretto
2. fatturato globale indiretto

Al primo dato afferiscono le risultanze economiche rinvenienti dai sottodati economici attribuibili esclusivamente alle attività legate espressamente alla filiera dei prodotti carnei; esso nella sua interezza raggiunge complessivamente sull'intero territorio oggetto dell'intervento, la cifra di **circa 115 milioni di Euro**.

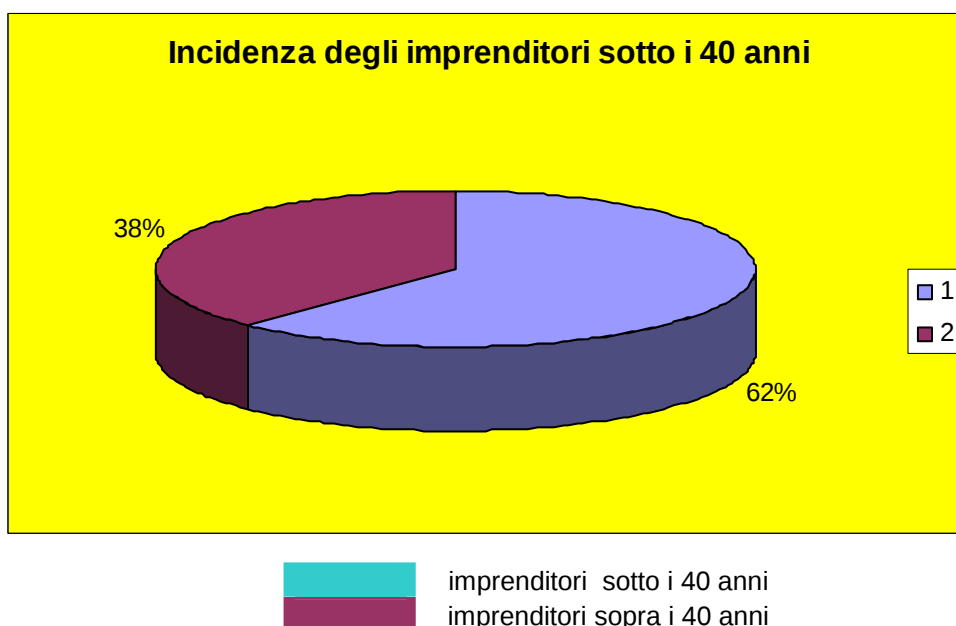
Se ad esso si aggiunge il dato relativo al fatturato globale indiretto, (in questo caso sono ricomprese attività non direttamente imputabili alla filiera ma condotte dalle imprese sottoscrittrici il patto, quali ad esempio attività prettamente agricole), che vale complessivamente altri **circa 63 milioni di Euro**, si ricava che il dato generale del fatturato del distretto è di **circa 178 milioni di Euro**.

Altro dato di grande rilevanza è quello relativo al bacino occupazionale, in atto, impegnato dalla filiera bovina che risulta, così come desumibile dalle relative schede di adesione che sono accluse alla proposta progettuale, pari a **468 addetti**.

Da una stima prudenziale da noi condotta sulla scorta delle azioni e dei programmi elaborati e sulle ricadute che le predette azioni determineranno come riflesso diretto in termini occupazionali, abbiamo convenuto che si verrà a determinare un'incremento pari al 16% degli attuali indici occupazionali e quindi nuova occupazione per circa **72 nuovi addetti**, **oltre come ovvio a determinare un forte irrobustimento di quelli in atto impegnati nel ciclo produttivo**.

Aspetto, quanto mai fondamentale, che forse in assoluto, rappresenta almeno a nostro avviso, il dato più rilevante sotto il profilo della volontà e dell'esistenza di una "nuova e forte volontà di ricambio generazionale" è testimoniato dalla presenza di imprese dirette da giovani.

Come infatti dimostra significativamente il grafico che segue, circa il 60% delle imprese sottoscrittrici è condotta da giovani al di sotto dei 40 anni.



Questo elemento dimostra inequivocabilmente la grande carica motivazionale e l'ampia capacità di attrazione che l'azione programmata dal distretto è riuscito ad avere verso le realtà produttive più dinamiche presenti sull'ambito territoriale di rispettiva influenza.

Esso inoltre assicura una adeguata capacità di poter prolungare nel tempo, con un'azione che vada oltre l'arco temporale di attuazione delle misure previste dal patto, la "durata" e l'efficacia delle politiche programmatiche e degli impegni da esse scaturenti.

Per quanto attiene al dato relativo alle lavorazioni delle carni, significativa importanza assume la presenza della piattaforma logistica rappresentata dal frigomacello di Gangi, uno dei pochi presenti nell'ambito del territorio regionale e dotato di bollo CE (N° 1532M), e dotato di una capacità di lavorazione annua pari a 15.000 capi bovini adulti.

Nelle azioni previste dal Distretto, la presenza di questa importante piattaforma ci ha spinto a ricercare prima e ad individuare dopo, una struttura idonea in grado di poter ospitare un centro di ricerca applicata, nel quale poter sperimentare azioni di miglioramento dei processi nutrizionali e qualitativi del prodotto.

Da qui la scelta di voler rifunionalizzare l'attiguo foro boario, in atto inutilizzato, quale organico completamento della filiera e quindi centro di ricerca sperimentale gestito dal CORFIL carni in raccordo con l'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste e con la Provincia Regionale di Palermo.

Limitatamente alle tipologie di prodotto che verranno realizzate dal Patto Distrettuale, si rinvia all'esauriente relazione contenente il programma delle azioni e gli indicatori di rilevanza del sistema produttivo locale. *****

Allevamenti bovini e capi che insistono sul comprensorio del Distretto produttivo				DATI DI RIFERIMENTO
N°	Comune	N°aziende	N° capi	Azienda Sanitaria locale n° 6 Palermo Distretto Veterinario Cefalù
1	CEFALU'	23	874	
2	LASCARI	4	14	
3	CASTELBUONO	44	999	
4	POLLINA	12	272	
5	COLLESANO	107	2037	
6	SAN MAURO CASTELVERDE	122	4164	
7	CAMPOFELICE DI ROCCELLA			
8	ISNELLO	16	487	
9	GRATTERI	20	491	Azienda Sanitaria locale n° 6 Palermo Distretto Veterinario Termini Imerese
10	CALTAVUTURO	52	2531	
11	SCLAFANI BAGNI	80	3410	
12	SCILLATO	9	402	
13	CERDA	28	1004	Azienda Sanitaria locale n° 6 Palermo Distretto Veterinario N° 2 Petralia Sottana
14	POLIZZI GENEROSA	36	1352	
15	PETRALIA SOTTANA	25	1003	
16	GANGI	147	4104	
17	GERACI SICULO	99	3738	
18	ALIMENA	16	951	
19	BLUFI	3	41	
20	BOMPIETRO	19	784	
21	CASTELLANA	16	314	
22	PETRALIA SOPRANA	35	400	Azienda sanitaria locale di Caltanissetta
23	RESUTTANO	11	624	
24	NICOSIA	369	8922	Azienda Sanitaria locale n° 4 ENNA
25	NISSORIA	78	2082	
26	SPERLINGA	69	2400	
TOTALI		1440	43400	

Macelli attivi nel comprensorio del distretto produttivo	
Comune	Bovini Macellati N°
Gangi	4187
Castellana	248
Castelbuono	367
Collesano	292
Anno di riferimento 2005	

Macelli inattivi nel comprensorio del distretto produttivo	
Comune	Bovini Macellati N°
Caltavuturo	0
Isnello	0
San Mauro C.	0
Cerda	0
Scillato	0
Anno di riferimento 2005	

DISTRETTO PRODUTTIVO : PIANO FINANZIARIO DI MASSIMA							
VOCI DI SPESA		2007	2008	2009	Totale (A)	Quota a carico dell'Assessorato (B)	Cofinanziamento del Territorio (A-B)
Opere strutturali e Infrastrutturali							
Diversificazione funzionale del foro Boario di Gangi		€ 280.628,00	–	–	€ 280.628,00		
Adeguamento macello Comune di Collesano		€ 43.017,25	–	–	€ 43.017,25		
Subtotale					€ 323.645,25	€ 129.458,10	€ 194.187,15
Ricerca applicata e internazionalizzazione							
Ricerca applicata		€ 260.000,00	€ 220.000,00	–	€ 505.000,00		
Internazionalizzazione		–	€ 80.000,00	€ 40.000,00	€ 120.000,00		
Subtotale					€ 625.000,00	€ 240.000,00	€ 385.000,00
Sistema di tracciabilità del prodotto							
Sistema integrato bilance programmabili- computer		€ 65.000,00	€ 20.000,00	–	€ 85.000,00		
Relativa etichettatura delle carni		€ 20.000,00	€ 15.000,00	–	€ 35.000,00		
Subtotale					€ 120.000,00	€ 72.000,00	€ 48.000,00
Sistema integrato di etichettatura delle carni							
Messa in rete dei macelli operanti sul Distretto		–	€ 36.000,00	–	€ 36.000,00		
Subtotale					€ 36.000,00	€ 21.600,00	€ 14.400,00
Rinnovo patrimonio genetico							
Acquisto n.50 capi da riproduzione		-	€ 200.000,00	-	€ 200.000,00	€ 120.000,00	€ 80.000,00
Formazione							
Formazione per tecnici		€ 20.000,00	–	–	€ 20.000,00		
Formazione per operatori		–	€ 65.000,00	–	€ 65.000,00		
Subtotale					€ 85.000,00	€ 51.000,00	€ 34.000,00
Promozione							
1) Partecipazione a Mostre ed eventi		-	€ 88.000,00	€ 120.000,00	€ 208.000,00		
2) Campagne pubblicitarie		-	€ 60.000,00	€ 120.000,00	€ 180.000,00		
3) Realizzazione di un Folder		-	€ 26.000,00		€ 26.000,00		
4) Banner informativi per ristoranti e punti vendita		-	€ 12.000,00		€ 12.000,00		
5) Reistylin immagine rete vendita		€ 39.000,00	-		€ 39.000,00		
6) Realizzazione del Marchio del Distretto		€ 12.000,00	-		€ 12.000,00		
Subtotale					€ 477.000,00	€ 286.200,00	€ 190.800,00
TOTALE COMPLESSIVO					€ 1.866.645,25	€ 920.258,10	€ 946.387,15

RELAZIONE ESPLICATIVA DEL PIANO FINANZIARIO

Con la presente relazione illustreremo nel dettaglio il quadro delle azioni che compongono il piano finanziario del Patto Distrettuale “Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia” nonché la relativa ripartizione delle fonti di copertura.

Cominciamo con l'evidenziare che esso si compone fondamentalmente di sette macrovoci, che noi così abbiamo voluto individuare:

1. Opere strutturali e infrastrutturali;
2. Ricerca applicata e internazionalizzazione;
3. Sistema di tracciabilità del prodotto;
4. Sistema integrato di etichettatura delle carni;
5. Rinnovo patrimonio genetico;
6. Formazione;
7. Promozione.

Come abbiamo avuto modo di illustrare abbondantemente nella Relazione sugli indicatori di rilevanza del sistema produttivo locale – alla quale appunto rinviamo per i necessari approfondimenti – finalità del Patto Distrettuale è quello di voler perseguire i seguenti obiettivi:

- ◆ Orientamento all'eccellenza globale
- ◆ Orientamento all'innovazione attraverso le nuove tecnologie
- ◆ Capacità di integrare e rafforzare la filiera produttiva

- ◆ Capacità di relazionarsi in dinamiche di tipo internazionale e di esportare now-out
- ◆ Capacità di “costruire” piattaforme logistiche e di metterle in rete con i centri di ricerca applicata.

L'attuazione dei predetti obiettivi viene concretamente coniugata attraverso la realizzazione di una serie di azioni che, sono analiticamente contenute nel Piano Finanziario e che qui sinteticamente andremo meglio ad illustrare, evidenziando le relative fonti di copertura:

- **Opere strutturali ed infrastrutturali**
- **A) Diversificazione funzionale del Foro boario di Gangi** che consentirà di fatto al Patto, la realizzazione di un centro di ricerca avanzata sul campo, gestito direttamente dal Consorzio di Ricerca Filiera Carni di cui sono soci fondatori – l'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste, l'Università di Messina, Facoltà di Medicina Veterinaria, le Province di Messina, Ragusa e Catania, il Consorzio Carni Sotto le Stelle e la Società Cooperativa Agricola San Giorgio di Gangi – che rappresenterà lo snodo fondamentale ed il punto di riferimento della ricerca applicata sul settore della carne dell'intero territorio regionale e per i cui dettagli di tecnico-scientifico si rinvia alla specifica relazione redatta, su incarico della Provincia Regionale di Palermo, dal Dr. Agr. Giuseppe Greco.

Relativamente agli aspetti di ordine finanziario, la necessaria quota di finanziamento necessaria ad assicurare la completa copertura dei costi previsti (60% dell'intero investimento) verrà assicurata dalla stipula di un'apposita convenzione fra la

Provincia Regionale di Palermo che ne detiene la proprietà, l'Assessorato Regionale all'Agricoltura e Foreste ed il Comune di Gangi sul cui territorio ricade appunto l'opera.

- **B) Adeguamento del macello di Collesano al Marchio CE** e quindi contestuale ampliamento della piattaforma a servizio delle lavorazioni dell'intero distretto. Detta struttura verrà gestita direttamente dal Comune che provvederà anche ad assicurare oltre alla necessaria gestione operativa la relativa quota di cofinanziamento necessaria alla totale copertura dei relativi costi e comunque fino alla concorrenza del 60% dell'intero investimento.

Per i necessari dettagli anche qui rinviamo all'apposita relazione allegata al progetto definitivo redatto dall'U.T.C. del Comune di Collesano, parte integrante del Patto.

- **Ricerca applicata e internazionalizzazione**

- Come dettagliatamente indicato nella relazione sugli indicatori del Distretto, l'ex Foro boario di Gangi, diverrà punto di riferimento della ricerca applicata per l'intera filiera della carne. Le azioni che compongono il pacchetto di interventi che afferiscono a questa macrovoce, sono state pedissequamente dettagliate nella Relazione sugli Indicatori di rilevanza del sistema produttivo locale.

La relativa azione di cofinanziamento pari al 60% dell'intero importo della macrovoce è di Euro 385.000,00 e viene assunta come impegno alla sottoscrizione da parte dei soggetti che aderiscono al Consorzio di Ricerca Filiera Carni.

- **Il Sistema di tracciabilità del prodotto**, per le motivazioni espresse dettagliatamente negli elaborati progettuali che compongono la proposta di patto Distrettuale, è una delle azioni strategiche e fondamentali che ci consente di poter assicurare da un lato nuovo valore aggiunto al “prodotto” e dall’altro maggiore sicurezza al consumatore finale.

Detto percorso si concretizzerà nell’attivazione di un controllo di qualità sulle carni prodotte e nella costruzione di un sistema integrato bilance-computer. Ambedue le azioni attiveranno un’azione di cofinanziamento del 60% che sarà assicurata dai soggetti beneficiari finali, ricompresi fra quanti hanno aderito e sottoscritto il Patto Distrettuale.

- **La realizzazione del Sistema integrato di etichettatura delle carni** consentirà di completare il processo di controllo sulla qualità delle carni e quindi integrare la messa in rete dei macelli operanti sul Distretto.

La relativa azione di cofinanziamento anch’essa pari al 60% dell’importo complessivo, verrà assicurato dai beneficiari finali – macelli – operanti sull’intero territorio sul quale insiste il Distretto.

- **Rinnovo patrimonio genetico**, questa azione consentirà di coniugare le risultanze dei programmi di ricerca con la conseguente applicazione del necessario ricambio del patrimonio genetico animale e quindi mira a sostenere finanziariamente l’acquisto di riproduttori maschi.

La relativa azione di cofinanziamento che verrà posta a carico delle aziende aderenti al Patto, sarà pari complessivamente ad Euro 80.000,00 e risulta in termini percentuali pari al 60%.

- **Il percorso Formativo**, si tradurrà nell'organizzazione e nella pianificazione delle risorse umane interessate dalla filiera delle carni del distretto produttivo. Le due tipologie formative interesseranno tutti gli operatori della filiera (allevatori, operatori della macellazione, selezionatori degli animali *in vitam* e delle carni, addetti alla vendita, tecnici e studenti, ecc.).

La necessaria azione di cofinanziamento verrà assicurata in parte dagli enti professionali, dagli istituti professionali e dalle associazioni di categoria ed in parte direttamente dai diretti beneficiari; questa doppia azione di cofinanziamento assicurata dal territorio ammonterà complessivamente al 60% del valore dell'intera macrovoce.

- **Le politiche di Promozione** prevedono un pacchetto di azioni coordinate ed integrate fra di loro che vanno dalla partecipazione a mostre, fiere, workshop ed eventi sul territorio internazionale, all'attivazione di mirate campagne promopubblicitarie, alla realizzazione di un folder illustrativo del "prodotto", alla creazione di banner informativi da posizionare sia sui punti vendita che commercializzeranno i prodotti carnei del Distretto che sulla rete dei ristoranti che "utilizzeranno il prodotto".

L'intera macrovoce, si "aprirà" con la realizzazione del marchio del Distretto e proseguirà con una necessaria e forte azione di restyling dell'immagine della rete vendita.

Anche in questo caso l'azione di cofinanziamento a carico del territorio vale il 60% dell'intero investimento e sarà assicurata dai beneficiari finali della stessa.

Nell'allegato prospetto sono analiticamente evidenziate le relative voci di spesa, esse sono state ripartite su un piano triennale e per ognuna è stata indicata la quota da imputare al Distretto e/o all'Assessorato e la quota parte che graverà, con le modalità appena descritte, sugli associati alla partnership del distretto e/o sul territorio che ha dato vita al Distretto.

Per semplicità la quota di contributo a fondo perduto che verrà erogata al Distretto ed ai suoi sottoscrittori è stata indicata sotto la colonna "*Quota a carico dell'Assessorato*" mentre la quota di cofinanziamento della quale i sottoscrittori del Distretto prendono formale impegno di farsi carico, è stata classificata sotto la voce "*Cofinanziamento del territorio*".

Verbale Assemblea Pubblica per l'approvazione del Patto Distrettuale della “Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia”

L'anno duemilasei il giorno 12 del mese di aprile presso l'Aula Consiliare del Comune di Castellana Sicula, si è svolta l'assemblea pubblica di tutti i soggetti che, a vario titolo, hanno promosso ed aderito al Patto Distrettuale della **“Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia”**, per l'approvazione e la condivisione del programma finalizzato al riconoscimento del predetto Distretto Produttivo, così come previsto dal decreto N° 152 del 01 dicembre 2005 emanato dall'Assessorato Regionale Cooperazione, Commercio, Artigianato e Pesca, pubblicato sulla G.U.R.S. N° 157 del 30/12/2005.

Sono presenti i seguenti enti:

- **Provincia regionale di Palermo;**
- **Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste “Distretto delle Madonie”;**
- **So.Svi.Ma. S.p.A;**
- **Ente Parco delle Madonie;**
- **I comuni di: Alimena, Blufi, Bompietro, Caltavuturo, Campofelice di Roccella, Castelbuono, Castellana Sicula, Cefalù, Collesano, Gangi, Geraci Siculo, Gratteri, Isnello, Lascari, Petralia Soprana, Petralia Sottana, Polizzi Generosa, Pollina, San Mauro Castelverde, Scillato, Sclafani Bagni, Nicosia, Sperlinga, Nissoria Resuttano, Valledolmo;**
- **Consorzio di Ricerca Filiera Carni;**
- **Gal Isc Madonie;**
- **Parco Scientifico e Tecnologico della Sicilia;**
- **Ente di Sviluppo Agricolo;**
- **Consorzio di Tutela della carne bovina delle Madonie;**
- **Consorzio “Carni valle dell'olmo”;**
- **Istituto professionale di stato per l'agricoltura;**
- **Organizzazioni sindacali;**
- **Consorzio di ricerca Bio-evoluzione della Sicilia;**
- **Istituto di credito;**
- **Consorzio di Tutela della carne bovina Cinisara;**
- **Agenzia valle del Torto e dei Feudi;**
- **Confagricoltura;**
- **Istituto regionale Fernando Santi;**
- **Iripa Sicilia;**
- **Gal Terre del Sole;**
- **Agenzia Valle del Torto e dei Feudi;**
- **Istituto Zooprofilattico della Sicilia.**

e le seguenti aziende:

1	Denominazione ditta
2	DI GIOIA SALVATORE
3	MILIO GIUSEPPINA
4	LO PORTO CALOGERO
5	NICOSIA ANTONINO
6	SABATINO DAMIANO
7	ALBANESE FORTUNATO

8	DI GANGI MATTEO
9	SABATINO ROSARIO
10	PEPE GIUSEPPINA
11	DI LAURA GIUSEPPINA
12	DISPENZA GANGOLFO
13	GRANATA CALOGERO
14	GRANATA DOMENICO
15	GRANATA INNOCENZO
16	MOGAVERO CLELIA
17	MOGAVERO MARIA LUISA
18	SIRECI CIRRITO ANTONIETTA
19	SIRECI EPIFANIA
20	SOLAZZO GIUSEPPE
21	DI LAURA GIUSEPPE
22	DI NIERI ORAZIO
23	GUSSIO GIACINTO ANTONIO
24	CASTIGLIA GIOVANNI
25	BIUNDO MARIA
26	CANGELOSI GIACINTO
27	CASTIGLIA ANTONIO
28	CUCCO NATALE
29	CUCCO VINCENZO
30	CORTINA GIUSEPPE
31	GENCHI DOMENICO
32	GUGLIUZZA MARIA
33	PUCCIA PIETRO
34	ANTISTA ANNA CARMELA
35	MIGLIORE ALBERTO
36	CURCIO DOMENICA
	CALANDRA GIACOMO
37	FRANCESCO
38	COLOMBO ANTONINO
39	INVIDIATA GRAZIA
40	LO CURTO ANTONINO
41	CILUFFO IVANA
42	ILARDO VINCENZO
43	SIGNORELLO GIUSEPPE
44	DI CESARE ROSALIA
45	BARBERA MARIA ANGELA
46	TRAINA SALVATORE
47	IACCHETTA PIETRO
48	CASCIO RACHELA
49	DI PASQUALE FRANCESCO
50	MOGAVERO CONCETTA
51	MADONIA DOMENICO
52	CILUFFO ROSA MARIA
53	ALFONSO GIUSEPPE
54	DISPENZA MAURIZIO
55	MATASSA FORTUNATO
56	BARRECA CLEMENTINA
57	SAURO GIUSEPPE
58	TARANTO ANGELO
59	BLANDO ANDREA
60	LOVECCHIO CATALDO
61	BALSAMELLO PIETRO
62	SOTTILE FRANCESCO

63	RASPANTE ANTONIO
64	I.LA.CA
65	FERRO ANTONINO
66	COOPERATIVA LA SPIGA
67	COOPERATIVA I.A.C.C
68	BLASCO S-R.L
69	BLASCO CATALDO
70	BLASCO CATALDO
71	COOPERATIVA SAN GIORGIO
72	AGRICOLA MOCCIARO MAURO
73	MOCCIARO SANTO
74	BLANDO GIUSEPPE
75	GLORIOSO ROSARIO
76	TARANTO ANGELO
77	CASTELLO SANTO
78	BLANDO NICOLA
79	MURE' ANTONINO
80	NASELLO IGNAZIO
81	BEVACQUA FRANCESCO PAOLO
82	SPALLINA GIUSEPPE
83	BARRECA ANTONELLA
84	DOMINA GIOVANNI
85	RANDAZZO GIOACHINO
86	MANTEGNA ANGELO
87	MURE' GIOVANNI
88	SEMINARA GIUSEPPE
89	SOTTILE SANTO
90	FARINA GAETANO
91	SPITALE CATALDO
92	GIUNTA FRANCESCO
93	NOTARARIGO ROSARIO
94	SALVO CARMELO
95	SALVO FRANCESCO
96	FRANCO VINCENZO
97	DINOLFO GIUSEPPE
98	CASTAGNA DOMENICA MARIA
99	PUGLISI SANTO
100	SOTTILE GIUSEPPE
101	GALLINA SALVATORE
102	NASELLI ANNA
103	CALANDRA CARMELO
	COOPERATIVA LE VERDI
104	MADONIE
105	MINUTELLA MAURO
106	LEONARDA GIACOMO
107	MALLA MARIANO
108	ATTINASI SERAFINO
109	COOPERATIVA LA PEZZ.ROSSA
110	NEGLIA SANTO
111	PISCITELLO ANTONIO
112	ALFONSO GIUSEPPE
113	ALLECA MARIA PAOLO
114	GERVASI MICHELE
115	POLLINA MARIA TERESA
116	CORTINA ANTONIO
117	POLLINA RITA

118	FASCETTO GIACOMO
119	VEGA FELICE
120	PRINCIPATO TROSSO CRISTINA
121	FASCETTO SALVATORE
122	ICA S.R.L
123	LO LEGGIO FRANCESCO
124	FERRAROLO GIUSEPPE
125	MANCUSO NICOLA
126	MALLACI BOCCHIO ANTONIO
127	GENTILE MICHELA
128	FAZIO MARIELLA
129	FERRAROLO GAETANO
130	LO VOTRICO SALVATORE
131	LA PORTA MARIO
132	MALLACI BOCCHIO ANTONIO
133	PICONE VITTORIO
134	VITALE FRANCESCA
135	CALDARERI PASQUALE
136	CAMPO ALDO
137	MESSINA GRAZIANO
138	MANCUSO ANTONIO
139	PANE GANDOLFO
140	SUTERA GIOVANNI
141	SUTERA SILVESTRO
142	LEGGIO VINCENZO
143	PROETTO FRANCESCO
144	GIACOBBE LUISA
145	GENTILE GIOVANNA
	MANCUSO PRIZZITANO
146	G.MAURO
147	VENUTA MICHELA
148	FERRARO VINCENZO
149	DINOLFO MICHELE
150	PROIETTO MARIANO
151	SCARDINO ALESSANDRO
152	SCARDINO GIACOMO
153	FISCELLA GIACOMO
154	IRACI SARERI MARIA
155	RIDOLFO VENERINO
156	PANTALEO MICHELE
157	PROETTO EPIFANIO
158	GURGONE GAETANA
159	GENTILE BARBARA
160	RIDOLFO GRAZIANO
161	AGOZZINO FRANCESCO
162	CRAPANZANO FILIPPO
	GRASSO SALVATORE
163	SEBASTIANO
164	NISI PROVVIDENZA
165	FERRARA FILIPPO CONCETTO
166	DE LUCA FRANCESCO
167	DE LUCA FRANCESCO
168	DE LUCA SANTA
169	PROETTO FRANCESCA
170	GENTILE SALVATORE
171	BASONE FRANCESCO

172	CAMPIONE FRANCESCO
173	DE LUCA FRANCESCO
174	STAZZONE CARMELA
175	GURGONE IGANZIO
	MANCUSO PRIZZITANO
176	GIUSEPPE
177	SPALETTO ANTONIETTA
178	PROJETTO CATENA
179	LA PORTA MARIO
180	ZACCARELLO VINCENZO
181	SUTERA GIOVANNI
182	PROTO SEBASTIANO
183	PROTO DOMENICO
184	PROTO MICHELE
185	PROTO SANTI
186	LI VOLSI CARMELO
187	RIDOLFO FRANCESCO
188	GALLINA LUIGI
189	GALLINA FRANCESCO
190	AZIENDA CASEARI-NATURA
191	ZINGONE ANGELO
192	ASSOCIAZIONE TERRE E SAPORI
193	CURCIO DOMENICA
194	DI MARCO GIUSEPPE
195	GRANATA ANTONINO
196	CASTIGLIA GIUSEPPE
197	DISPENZA MAURIZIO
198	TORNABENE GIUSEPPA
199	TORNABENE ANNA
200	SPINA MARCO
201	SPINA GIAMPAOLO
202	NAPOLI CALOGERO
203	D'IPPOLITO GIUSEPE
204	GAGLIARDO GIOVANNI
205	IPPOLITO FRANCESCO
206	MACALUSO GIUSEPPE
207	MACALUSO MICHELE
208	SCARPINATO MARIANO
209	TERMINI FRANCESCO
210	TERMINI VINCENZO
211	CANGELOSI MATTEO
212	GIAIMO GIOACHINO
213	CAPUANO MARIO
214	CASTAGNA DOMENICO
215	DISPENZA ANTONINO
216	CAMMARATA VINCENZA
217	COOPERATIVE FASA
218	SPALLINA GIUSEPPE
219	PANEPINTO ANTONINO
220	PANEPINTO LUIGI
221	ACQUISTO ANTONELLO
222	NAPOLI GABRIELE
223	RANDAZZO GIUSEPPE
224	RANDAZZO VINCENZO
225	RANDAZZO ROSARIO
226	MANCUSO AGOSTINO

227	COOPERATIVA AGR.NUOVA SICILIA
228	SUTERA SILVESTRO
229	LIZZO RITA
230	CASTROGIOVANNI GIUSEPPE
231	DOMINA ALBERTO

Premesso che:

- La Regione Siciliana, in forza dell'art. 56 della legge regionale n. 17 del 28.12.2004 ha fissato i criteri di individuazione e le procedure di riconoscimento dei distretti produttivi;
- La costituzione di detti distretti risponde all'esigenza di poter individuare, idonei ed univoci referenti per le politiche settoriali di programmazione e di sviluppo della Regione, in grado di attivare progetti strategici capaci di poter determinare azioni di sostegno allo sviluppo ed alla internazionalizzazione del sistema produttivo regionale;
- Il territorio che ha dato vita alla promozione del distretto è fortemente caratterizzato dalla presenza di numerose imprese che operano nella filiera della carne bovina e che, nel corso degli ultimi anni, hanno elaborato modelli organizzativo-gestionali secondo logiche di filiera sia verticale che orizzontale;
- Al suo interno operano un insieme di attori istituzionali che hanno maturato forti competenze per quanto attiene l'attività di sostegno all'economia locale e sono fortemente presenti rappresentanti del mondo dell'economia, del lavoro e della formazione che hanno contribuito notevolmente a rafforzare le competenze locali, sia in termini di processo che in termini di prodotto;
- L'ambito territoriale che aderisce al presente Protocollo d'Intesa, nel passato recente e non, ha promosso ed attivato significative e numerose esperienze di programmazione negoziata (il LEADER II, il Patto Generalista, il Patto monotematico sull'Agricoltura, la Misura 1.4b del POP Sicilia '94-'99, il PRUSST, Agenda 21 Locale) e di Programmazione Integrata (PIT e PIR);
- Detto ambito territoriale coincide con la complessità di un sistema naturale e socio-culturale che si esplica all'interno di un ambito omogeneo, univoco e "unico" in riferimento all'intera regione siciliana, sia per i valori espressi dalla sua struttura e dalla morfologia fisica sia in ragione della semantica culturale, storica e attuale, che ha attivato e mantenuto alto, il senso di una forte identità nel tessuto connettivo delle popolazioni insediate.
- Gli strumenti avviati ed in gran parte giunti alla loro conclusione hanno ancorato, a parità degli obiettivi specifici e in sintonia con i riferimenti normativi di base, lo sviluppo del territorio all'obiettivo unificante della valorizzazione e della promozione del territorio soprattutto attraverso la crescita e la stabilizzazione dell'imprenditoria locale nei settori agricolo – zootecnici e della produzione di prodotti tipici locali e dell'artigianato;

• Il contesto territoriale presenta caratteristiche ambientali, culturali ed etno-antropologiche per certi aspetti unici nel panorama regionale ed al suo interno si registra un buon livello di sensibilità e responsabilità nei confronti delle tematiche ambientali e dello sviluppo sostenibile, che testimoniano una capacità figurativamente ricca, segno di una cultura materiale che ha ancora il proprio referente nei valori della tradizione;

ART. 1

L'Organismo di Gestione

Al fine di poter assicurare una gestione partecipata e condivisa fra tutti i soggetti che hanno promosso e dato vita al Patto Distrettuale, si procederà, a seguito dell'avvenuta approvazione del Patto da parte dell'Assessorato Regionale alla Cooperazione, alla costituzione di un'apposita Associazione e del relativo organismo di gestione.

ART. 2

Il Rappresentante del Patto di Distretto

Tutti i soggetti partecipanti alla sottoscrizione del patto individuano secondo un criterio fiduciario, quale persona fisica alla quale affidare la rappresentanza legale del distretto il Dott. **Salvatore Restivo**, esso successivamente alla costituzione prevista al precedente Art. 1, diverrà Presidente della stessa.

Ad esso, quindi, è affidata la rappresentanza legale del distretto nonché di provvedere a :

- a) formulare la richiesta di riconoscimento del distretto;
- b) rappresentare il distretto produttivo nella consulta regionale dei distretti;
- c) monitorare le diverse fasi di realizzazione del patto di sviluppo industriale, così come previsto nel relativo programma.

Art. 3

La formulazione dell'obiettivo

Il Distretto Produttivo sulla “**Filiera delle carni bovine delle aree interne di Sicilia**” nasce come forte volontà dei soggetti sottoscrittori il Patto, di voler riconoscere la presenza di una rete di imprese agro-zootecniche che, con costanza e capacità hanno operato ed operano nel settore delle carni bovine, e che, in atto, soffrono di una non adeguata capacità sia in termini organizzativo-gestionali che promo-commerciali, di fare “rete” e di pervenire alla costruzione di una massa critica capace di generare economie di scala e quindi migliorare le opportunità di esportazione.

Detto obiettivo, si perseguirà concretamente attraverso l'attivazione di processi di integrazione tra i vari comparti che compongono la filiera e la costante elaborazione di processi volti ad assicurare il miglioramento della qualità delle carni e quindi di certificazione della stessa.

In tal senso, uno dei soggetti promotori del “distretto” – “Il Consorzio di Tutela della carne bovina delle Madonie” - ha già ottenuto da parte del MIPAF con decreto

ministeriale N° 24349, la legittimazione e la relativa autorizzazione del disciplinare di etichettatura facoltativa della carne bovina.

Art. 4 **L'impegno**

I sottoscrittori del presente “Patto per lo sviluppo” per il **Distretto Produttivo della Filiera della carne bovina delle aree interne della Sicilia**, assumono i seguenti impegni:

I comuni e l'Ente Parco delle Madonie si impegnano ad avviare e/o accelerare gli iter burocratici relativi agli adempimenti programmatici e pianificatori (Piani Regolatori, Regolamenti, ecc.) ed a modulare i Bilanci e i Piani Triennali in sinergia con il comparto di sviluppo individuato dal Distretto.

La Provincia Regionale di Palermo si impegna a porre in essere, attraverso gli strumenti di sua competenza (Piani di Sviluppo socio-economici, Piani triennali territoriali, Bilanci, ecc.), condizioni ambientali favorevoli allo sviluppo degli investimenti previsti dal presente Patto Distrettuale e al potenziamento economico locale anche ai sensi della L.R. 9/86.

La SO.SVI.MA S.p.A., si impegna ad attivare tutti gli strumenti finanziari in grado di sostenere gli sforzi delle aziende sottoscrittrici e di accelerare per le stesse, anche per il tramite dello Sportello Unico per le Attività Produttive, da essa gestito, tutte le relative procedure autorizzative che si rendessero necessarie. Inoltre si impegna ad abbattere del 50%, le tariffe di funzionamento dello S.U.A.P., per tutte le aziende zootecniche.

L'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste, L'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste, per il tramite delle Unità Operative del Distretto delle Madonie, concorrerà e si impegna ad attivare di concerto con il partenariato tecnico-scientifico tutte le iniziative volte alla qualificazione, caratterizzazione e promozione della produzione di carne nell'ambito del costituendo Distretto produttivo.

Il GAL Isc Madonie, si impegna ad attivare misure ed azioni di sostegno sia di ordine finanziario che di ordine tecnico in linea con i programmi e le azioni individuate dal Patto.

Il Consorzio di Ricerca Filiera Carni, coordinerà d'intesa con gli enti pubblici territoriali e con le strutture produttive che hanno sottoscritto il Patto, tutte le azioni di ricerca con particolare riferimento a quelle afferenti la realizzazione del sistema di tracciabilità e di internazionalizzazione del Distretto.

Il Consorzio di tutela della carne bovina delle Madonie, nell'ambito dei propri scopi statutari finalizzati a tutelare, qualificare e promuovere la produzione di carne bovina del comprensorio delle Madonie e delle aree limitrofe, si impegna ad attivare presso le aziende aderenti tutte quelle iniziative previste dal Patto di Distretto.

Il Consorzio “Carni Valle dell'Olmo” nell'ambito dei propri scopi statutari finalizzati a tutelare, qualificare e promuovere la produzione di carne bovina del

comprensorio delle Madonie e delle aree limitrofe, si impegna ad attivare presso le aziende aderenti tutte quelle iniziative previste dal Patto di Distretto.

Il Consorzio del Parco Scientifico Tecnologico della Sicilia, affiancherà tutte le azioni di ricerca che verranno attivate dal Distretto e supporterà finanziariamente le relative azioni anche di carattere non scientifico.

L'Istituto Professionale di Stato per l'Agricoltura di Castellana Sicula si impegna a mettere a disposizione delle aziende aderenti, le proprie strutture scientifiche ed il proprio laboratorio per le analisi chimico-fisiche, e si farà carico di ospitare l'azione formativa indirizzata agli operatori del settore ed ai quadri tecnici coinvolti.

L'Ente di Sviluppo Agricolo supporterà con il proprio laboratorio oltre che le attività di ricerca le ordinarie azioni di controllo e di verifica sul sistema di rintracciabilità; inoltre si impegna ad attivare le necessarie leve finanziarie per intervenire sul miglioramento della rete infrastrutturale del territorio interessato.

Il Consorzio Bio Evoluzione Sicilia, in sintonia con i propri scopi statutari si impegna anche finanziariamente ad avviare azioni di promozione e di valorizzazione dei prodotti carnei del Distretto.

Le Organizzazioni Sindacali, si impegnano a dare piena attuazione agli accordi interconfederali riferiti alla contrattazione delle parti, alla formazione, alla sicurezza ed all'igiene sul lavoro. Essi confermano la propria disponibilità a predisporre tutti gli strumenti atti ad attivare le misure inerenti la flessibilità del lavoro utili a realizzare un ambiente favorevole ai nuovi investimenti.

Le Associazioni Professionali e di Categoria, si impegnano a garantire il necessario supporto tecnico, a trasferire il know-how posseduto, a fornire quant'altro fosse considerato coerente con gli obiettivi del Patto Distrettuale.

Gli Organismi di rappresentanza del sistema imprenditoriale, si impegnano a promuovere nuove iniziative produttive, ampliandone la base e consolidando un sistema di interventi di sostegno e di supporto per il rilancio delle attività economiche.

Inoltre continueranno ad adoperarsi, per il mantenimento di un livello di gestione delle vertenze del lavoro coerente con gli impegni delle organizzazioni sindacali.

Le imprese, si impegnano a promuovere nuove iniziative imprenditoriali, in linea con gli obiettivi del Distretto ed a promuovere ed a sviluppare la strategia associativa, anche attraverso forme consortili per finalità di ampliamento della gamma produttiva e dell'indotto e per finalità di penetrazione commerciale e di export.

Esse si impegnano altresì, a promuovere nel contesto delle opportunità occupazionali realizzate dal Distretto, la formazione continua dei dipendenti.

Gli Istituti di credito Banca di Credito Cooperativo "San Giuseppe" di Petralia Sottana e Banca di Credito Cooperativo "Mutuo Soccorso" di Gangi si impegnano a permettere la ristrutturazione finanziaria, gli investimenti produttivi e la ricapitalizzazione delle imprese, con le più opportune tecniche di ingegneria finanziaria, valorizzando il sistema mutualistico esistente e/o costituendo appositi fondi rischi e fondi bonifico interessi.

Essi faciliteranno l'accesso al credito per i progetti attivati dalle aziende aderenti al Distretto, valutandoli non soltanto sulla base delle garanzie patrimoniali ma anche sulla base della loro redditività, e mettendo a disposizione delle aziende interessate, le somme di credito a breve e medio – lungo termine necessarie alla realizzazione dei relativi piani economico-finanziari.

Art. 5

Responsabilità comuni dei soggetti sottoscrittori

I soggetti sottoscrittori:

1. attestano che i contenuti del documento programmatico di durata triennale da loro proposto è coerente con gli strumenti legislativi e programmatori regionali vigenti;
2. assicurano che tutti gli interventi qui inseriti perseguono la logica della piena integrazione con tutte le iniziative per lo sviluppo del territorio previste dai programmi di sviluppo locale richiamati in premessa. Tale integrazione risulta peraltro ribadita e confermata dalla diretta partecipazione degli enti che negli anni hanno dato vita a detti programmi di sviluppo locale;
3. confermano l'esistenza di marchi di qualità e l'imminente ottenimento, da parte del MIPAF, del marchio di qualità DOP sulle carni bovine;
4. attestano la presenza all'interno del Patto, quali soggetti sottoscrittori dello stesso, di istituzioni di alto valore scientifico e di infrastrutture tecnologiche, come meglio rappresentate nel documento programmatico, in grado di determinare un forte valore aggiunto al processo distrettuale.

Il livello di coerenza delle decisioni, delle progettualità e dei comportamenti di tutti i soggetti sottoscrittori viene considerato impegno solenne per il raggiungimento degli scopi condivisi; lo stesso impegno viene assunto sia singolarmente che reciprocamente nonchè verso la Regione Siciliana per il tramite dell'Assessorato Regionale alla Cooperazione, per tutto quanto attiene alla capacità di attuazione del "distretto" nei tempi e nei termini previsti.

Art. 6

Conclusioni

Tutti i presenti manifestano la profonda convinzione di voler proseguire nel processo di miglioramento e potenziamento delle vocazioni territoriali e introducono beni e servizi integrati di carattere innovativo secondo gli obiettivi e le strategie individuate all'art. 2 del presente protocollo che, promosso dagli enti locali territoriali, dalle istituzioni pubbliche operanti nel campo della ricerca e della formazione, dalle imprese operanti nel territorio regionale, dalle associazioni categoria e dai consorzi oltre che da un ampio partenariato, e quindi formalizzano la decisione di voler procedere nella costituzione dell'Associazione finalizzata alla gestione del Patto Distrettuale della “ **Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia**”.

Il Segretario Verbalizzante		Il rappresentante del Distretto
PRESENZE	ENTE/AZIENDA	FIRMA
	Provincia Regionale di Palermo	
	L'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste – Distretto Madonie	
	SO.SVI.MA. S.p.A.	
	Ente Parco delle Madonie	
	Alimena	
	Blufi	
	Bompietro	
	Caltavuturo	
	Campofelice di Roccella	
	Castelbuono	
	Castellana	
	Cefalù	

	Cerda	
	Collesano	
	Gangi	
	Geraci Siculo	
	Gratteri	
	Isnello	
	Lascari	
	Nicosia	
	Nissoria	
	Petralia Soprana	
	Petralia Sottana	
	Polizzi Generosa	
	Pollina	
	Resuttano	
	San Mauro Castelverde	
	Scillato	
	Sclafani Bagni	

	Sperlinga	
	Rappresentante aziende	
	Il Consorzio di Ricerca Filiera Carni	
	Parco Scientifico Tecnologico della Sicilia	
	L'Ente di Sviluppo Agricolo	
	Il Consorzio di tutela della carne bovina delle Madonie	
	Il Consorzio "Carni Valle dell'Olmo"	
	L'Istituto Professionale di Stato per l'Agricoltura di Castellana Sicula	
	Le Organizzazioni Sindacali	
	Le Associazioni Professionali	
	Gli Organismi di rappresentanza del sistema imprenditoriale	
	Gli Istituti di credito	

CAPACITA' DI DETERMINARE UN VALORE AGGIUNTO PER IL DISTRETTO.

Nella presente relazione ci limiteremo a porre l'accento sul valore aggiunto prodotto sulle singole azioni dall'approccio distrettuale.

Per fare ciò nella maniera – riteniamo – più completa ed esaustiva possibile, ripercorreremo in maniera puntuale ma sintetica le singole azioni che compongono il Patto Distrettuale ***“Filiera della carne bovina delle aree interne di Sicilia”*** esplicitando per ognuna di esse il valore aggiunto prodotto.

Preliminarmente riteniamo utile ribadire che la strategia posta a fondamento degli elaborati progettuali si esplicita nel voler perseguire e raggiungere i seguenti obiettivi:

- ◆ Orientamento all'eccellenza globale;
- ◆ Orientamento all'innovazione attraverso le nuove tecnologie;
- ◆ Capacità di integrare e rafforzare la filiera produttiva;
- ◆ Capacità di relazionarsi in dinamiche di tipo internazionale e di esportare now-out;
- ◆ Capacità di “costruire” piattaforme logistiche e di metterle in rete con i centri di ricerca applicata.

Ciò detto, passiamo ad evidenziare che il Patto Distrettuale si compone fondamentalmente delle seguenti sette azioni:

1. Opere strutturali e infrastrutturali;
2. Ricerca applicata e internazionalizzazione;
3. Sistema di tracciabilità del prodotto;
4. Sistema integrato di etichettatura delle carni;
5. Rinnovo patrimonio genetico;
6. Formazione;
7. Promozione.

Ognuna di queste azioni è composta da uno o più interventi che di seguito andremo ad illustrare evidenziando prima, per ognuna di essi, il valore aggiunto prodotto ed infine quantificandone complessivamente l'impatto economico determinato dal Patto Distrettuale.

• Opere strutturali ed infrastrutturali

A) Diversificazione funzionale del Foro boario di Gangi che consentirà di fatto al Patto, la realizzazione di un centro di ricerca avanzata sul campo - gestito direttamente dal Consorzio di Ricerca Filiera Carni di cui sono soci fondatori l'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste, l'Università di Messina Facoltà di Medicina Veterinaria, le Province di Messina, Ragusa e Catania, il Consorzio Carni Sotto le Stelle e la Società Cooperativa Agricola San Giorgio di Gangi – che rappresenterà lo snodo fondamentale ed il punto di riferimento della ricerca applicata sul settore della carne per l'intero territorio regionale e che si integrerà in maniera funzionale con una delle principali piattaforme logistiche presenti a livello regionale, rappresentata appunto dal frigomacello di Gangi avente una capacità di lavorazione annua pari a 15.000 capi bovini adulti.

Valore aggiunto del Distretto è appunto quello di

- essere riusciti a mettere a sistema un tessuto produttivo, costituito da 232 aziende aderenti, fortemente parcellizzato e singolarmente debole (si rammenta, a tal uopo, che, eccezion fatta per le poche aziende cooperative e per le strutture associate, il numero di capi allevati dalle aziende aderenti al Patto risulta essere mediamente al di sotto delle 20 unità);
- averlo fatto evolvere attraverso la condivisione di strategie e di obiettivi verso una struttura associativa comune;
- aver aggregato le necessarie masse critiche per rendere dapprima attivabile il comune processo di ricerca applicata e, quindi, sostenibile anche dal punto di vista finanziario e delle ricadute nel tempo.

Senza l'azione di sistematizzazione del debole tessuto produttivo portata avanti dal Distretto sarebbe improponibile ipotizzare la realizzazione di un programma funzionale all'attivazione di un processo di ricerca applicata per le aziende aderenti oltre che non sarebbe stato possibile attrarre e quindi coinvolgere attivamente un partner esterno in possesso di un now-how di punta qual è appunto quello messo a disposizione dal CorFilCarni.

Il Centro di ricerca sul campo, gestito direttamente dal Consorzio di Ricerca della Filiera Carni, consentirà quindi di produrre nuova conoscenza (economia di apprendimento) per tutti gli aderenti al Distretto in termini di alimentazione dei bovini, frollatura, sezionamento ed etichettatura delle carni, permetterà di attivare il processo di tracciabilità e rintracciabilità del prodotto garantendo e certificando il luogo di origine ed il territorio di provenienza e consentirà altresì di facilitare il relativo posizionamento sul mercato (economia di scopo).

Questo ultimo aspetto – il posizionamento sul mercato – rappresenta una debolezza strutturale che si potrà superare solo attraverso l'aggregazione e

la messa a valore dell'offerta di carne, attualmente fortemente parcellizzata ed indistinta e quindi collocabile su un mercato locale e/o territoriale ed a prezzi più bassi di quanto fatto registrare dal mercato nazionale.

- **B) Adeguamento del macello di Collesano al Marchio CE** e quindi contestuale ampliamento della piattaforma a servizio delle lavorazioni dell'intero distretto e finalizzato al superamento dell'esiguità della presenza di piattaforme per le lavorazioni delle carni specie per quanto riguarda il territorio delle basse Madonie.

L'intervento di adeguamento del Macello di Collesano, risponde dunque all'esigenza di irrobustire ed ampliare la piattaforma logistica a supporto delle lavorazioni carnee e di ridurre gli alti costi di trasposto attualmente sostenuti dalle aziende aderenti per portare gli animali ad altri macelli.

Il processo di riorganizzazione funzionale attivato dal Distretto ci ha guidato nel selezionare questo intervento fra quelli inseribili nel piano di sviluppo del Distretto in ragione del rapporto investimento/benefici ottenuti e del conseguenziale rapporto costi attivati/benefici prodotti.

L'infrastruttura risponde anche a logiche di cosiddetto vantaggio competitivo connesse alla presenza – nell'area limitrofa al comune di Collesano – del secondo polo di produzione di bovini (dopo quello di Gangi) dell'intero Distretto ed alla necessità di dover “costruire” nuovo vantaggio competitivo in favore delle diverse decine di aziende ivi coinvolte, garantendo loro un'immediato abbattimento dei costi di trasporto e di macellazione in atto sostenuti.

- **Ricerca applicata e internazionalizzazione**

Come dettagliatamente indicato nella relazione sugli indicatori del Distretto, l'ex Foro boario di Gangi, diverrà punto di riferimento della ricerca applicata per l'intera filiera della carne. Le azioni che compongono il pacchetto di interventi che afferiscono a questa macrovoce, sono state pedissequamente dettagliate nella Relazione sugli Indicatori di rilevanza del sistema produttivo locale.

Sul campo della ricerca obiettivo specifico è quello di verificare direttamente sul campo, gli elementi positivi e tipici generati dalle condizioni e dai sistemi di allevamento tradizionale per esaltarli, migliorandone al contempo i livelli organizzativi e funzionali e recuperando dette tipicità ad una logica di sistema, attenta quindi alla riduzione dei costi sostenuti ed alla qualità dei prodotti certificati.

Detto sistema di ricerca applicata – già positivamente sperimentato dal Consorzio di Ricerca della Filiera Carni – per le capacità di adeguamento e di flessibilità attivate, rappresenta il principale elemento di internazionalizzazione del Patto Distrettuale, poiché risulta essere facilmente esportabile ed applicabile nelle differenti realtà produttive territoriali.

Come già detto per altre azioni, detto sistema potrà essere ulteriormente testato in pieno campo e quindi replicato, solo in presenza di un'organico e non differenziato tessuto produttivo in grado di recepire le nuove sfide che i livelli di competizione sempre più globali ci chiamano ad avere.

Questa unitaria capacità di ri-orientare elementi tipici e tradizionali in un contesto di forte concorrenzialità esterne, rappresenta una delle motivazioni cardine del Patto Distrettuale e del valore aggiunto che in termini economici ma anche culturali e sociali esso produrrà per l'intero sistema territoriale.

- **Il Sistema di tracciabilità del prodotto**

Essa è una delle azioni fondamentali che ci consente di poter assicurare da un lato nuovo valore aggiunto al “prodotto” e dall'altro maggiore sicurezza al consumatore finale.

Detto percorso si concretizzerà nell'attivazione di un controllo di qualità sulle carni prodotte e nella costruzione di un sistema dinamico ed efficace per la tracciabilità e la rintracciabilità del prodotto, in grado di verificare prima e di certificare dopo l'intero percorso dall'allevamento al punto vendita.

L'attivazione dell'organizzazione distrettuale consentirà di produrre anche in questo caso nuovo valore aggiunto per il tessuto produttivo aderente in quanto esso potrà godere dei vantaggi legati alla possibilità di poter ridurre i costi legati alla fase di pre-sviluppo del sistema e di attivare economie di scala nella fase di gestione e di applicazione dello stesso.

- **Il Sistema integrato di etichettatura delle carni**

Consentirà di completare il processo di controllo sulla qualità delle carni e quindi integrare la messa in rete delle piattaforme logistiche per le lavorazioni operanti nel territorio del Distretto.

Detto sistema in maniera semplice consentirà di fatto di unificare – standardizzandone tutti gli aspetti legati alla lavorazione ma anche alla gestione dei rifiuti e del connesso ciclo di valorizzazione – i macelli e le piattaforme esistenti completando il processo di sicurezza alimentare e interagendo con il programma di marketing attivato.

L'azione consentirà inoltre di valutare un sistema di gestione integrato in grado di far interagire le piattaforme logistiche di lavorazione con i singoli

punti vendita e di raccogliere da questi i dati necessari a ri-orientare il prodotto carneo alla luce delle attese qualitativo-sensoriale-gustativo esposte dal consumatore finale.

Risulta evidente come questo sistema integrato di etichettatura per poter essere applicato necessita di una regia unitaria in grado di poter coordinare le azioni di tutti gli attori che intervengono nella filiera produttiva e di far evolvere i loro comportamenti e le loro funzioni in ragione dell'obiettivo comune: migliorare continuamente la qualità dei prodotti ottenuti, comunicare questa qualità e posizionarla adeguatamente sul mercato nazionale e non.

Questa regia sarà appunto assicurata grazie alla presenza del Patto Distrettuale.

- **Rinnovo patrimonio genetico**

Questa azione consentirà di coniugare le risultanze dei programmi di ricerca con la conseguente applicazione del necessario ricambio del patrimonio genetico animale e quindi mira a sostenere finanziariamente l'acquisto di riproduttori maschi che possano assicurare – in purezza – la riproduzione del patrimonio genetico di qualità richiesto dal Patto Distrettuale.

Anche in questo caso immaginare di poter applicare questa azione in solitudine, slegata quindi da una politica quadro di rilancio e di riposizionamento del tessuto produttivo esistente verso un target di mercato medio-alto, sarebbe impensabile.

Sarebbe quindi assai arduo ipotizzare un'azione puntuale di rinnovamento del patrimonio genetico senza un'adeguata contestualizzazione attivabile grazie alle politiche distrettuali e quindi supportata da azioni formative sul campo in favore degli allevatori e validata dai buoni risultati ottenuti in tema di posizionamento del prodotto sul mercato ed in definitiva di aumento di redditività per le aziende aderenti.

Questo valore aggiunto potrà essere determinato grazie all'attivazione di politiche quadro che si struttureranno in un mix di azioni tutte orientate al raggiungimento di obiettivi comuni ed alla presenza di un gestore unico – il Patto Distrettuale - in grado di valutare e decidere sugli interventi da intraprendere.

- **Il percorso Formativo**

Si tradurrà nell'organizzazione e nella pianificazione di un percorso di apprendimento collettivo delle risorse umane interessate dalla filiera delle carni del distretto produttivo. Detto percorso si comporrà di due tipologie formative che interesseranno tutti gli operatori della filiera (allevatori, operatori della macellazione, selezionatori degli animali *in vitam* e delle carni, addetti alla vendita, tecnici per la certificazione del prodotto, studenti dei due istituti professionali di stato per l'agricoltura, ecc.).

Il valore aggiunto determinato dal nuovo assetto organizzativo prodotto dal Patto Distrettuale è rintracciabile chiaramente nella capacità di riuscire a pianificare un percorso formativo che in maniera trasversale interesserà e recupererà pezzi di conoscenza che, in atto, si muovono in maniera disarticolata l'uno dall'altro producendo dis-economie e dis-conoscenza, e li riporterà all'interno di un processo comune e condiviso, governato in maniera orizzontale da una strategia di sviluppo di medio periodo e soprattutto orientato a produrre - a beneficio degli operatori della filiera delle carni - nuova conoscenza grazie anche alla continua sperimentazione ed all'applicazione quotidiana della ricerca applicata.

- **Le politiche di Promozione**

Prevedono un pacchetto di azioni coordinate ed integrate fra di loro che vanno dalla partecipazione a mostre, fiere, workshop ed eventi sul territorio internazionale, all'attivazione di mirate campagne promo-pubblicitarie, alla realizzazione di un folder illustrativo del "prodotto", alla creazione di banner informativi da posizionare sia sui punti vendita che commercializzeranno i prodotti carnei del Distretto che sulla rete dei ristoranti che "utilizzeranno il prodotto".

Esse partiranno con la realizzazione del marchio del Distretto e proseguiranno con una necessaria e forte azione di restyling dell'immagine della rete vendita che dovrà – con tecniche di marketing integrato – comunicare la grande e nuova qualità del prodotto carneo commercializzato.

In assenza di politiche quadro che in maniera unitaria e coordinata nel tempo, si facciano carico di avviare – come nel nostro caso appunto – azioni di riorganizzazione funzionali e produttive del tessuto produttivo mediamente dotato, di rinnovamento del patrimonio genetico delle razze allevate, di miglioramento degli aspetti qualitativi e sensoriali del prodotto, di capacità di attivare – grazie al ruolo strategico svolto dalla ricerca applicata – una nuova dimensione dell'allevamento e delle alimentazioni, di interventi volti ad assicurare certezza di salubrità e di tracciabilità delle produzioni, qualsiasi

azione promozionale anche se ben pianificata sarebbe del tutto insufficiente e finanche dannosa.

Solo grazie al Patto Distrettuale ed alla capacità che esso avrà di mobilitare convergenze di saperi e di interessi – coinvolgendo tutti gli operatori, istituzionali e socio-economici che hanno un ruolo attivo – l'azione promozionale sortirà gli effetti desiderati e sarà in grado quindi di comunicare al mercato ed ai cittadini, una qualità altra, diversa, di un prodotto carneo che esce fuori dall'anonimato nel quale per lungo tempo è stato sepolto e conquista un nuovo valore alimentare al quale dovrà corrispondere un nuovo valore economico.

In conclusione, avendo completato – in termini descrittivi - i risultati prodotti in termini di valore aggiunto dal Distretto, possiamo sinteticamente a quantificarne il loro valore in termini squisitamente economico-occupazionali.

Per fare ciò, ci torna utile ricordare i macro valori analizzati per poter effettuare – sulla scorta di essi - una stima analitica prudenziale degli effetti attivati grazie al riconoscimento del Distretto:

- | | |
|---|------------|
| • Fatturato globale diretto del Distretto | 115 Meuro; |
| • Fatturato globale indiretto del Distretto | 63 Meuro; |
| • Addetti impegnati dalle aziende aderenti | 468; |
| • Capi bovini prodotti | 11.450 |

Per le considerazioni riportate ed avanzate e sulla scorta delle analisi effettuate sul comparto della carne bovina sia in ambito nazionale che internazionale, il valore aggiunto diretto (tralasciamo la quantificazione del valore aggiunto indiretto) attivabile a regime dalle azioni progettuali ricomprese nel Patto Distrettuale è così sintetizzabile:

- Aumento della base produttiva aderente;
- Aumento della capacità produttiva di bestiame selezionato;
- Incremento della base occupazionale;
- Incremento della redditività aziendale;
- Incremento del fatturato complessivo del Distretto.

Le analisi effettuate ci portano a poter determinare le seguenti quantificazioni:

1. Aumento della base produttiva aderente.

Atteso che le aziende presenti nel territorio che ha dato vita al Distretto sono complessivamente 1440 e che “solo” 230 di esse hanno manifestato

il concreto interesse ad aderire al Patto Distrettuale e ritenendo che sulla scorta dei positivi risultati fatti registrare dall'organico e funzionale assetto organizzativo-gestionale, le aziende che, in atto, hanno deciso di stare a guardare cambieranno idea, stimiamo prudenzialmente in un 10% coloro i quali decideranno – in progress – di optare per l'adesione al Distretto e quindi contiamo che **altre 140 aziende si uniranno alle prime portando il totale della base produttiva a circa 370 aziende.**

2. Aumento della capacità produttiva di bestiame selezionato.

Identica considerazione, ovviamente, vale anche per quanto riguarda la capacità produttiva di bestiame selezionato che si otterrà con l'avvio a regime del Patto Distrettuale. In questo caso l'acquisto di riproduttori maschi e le nuove tecniche testate grazie alla ricerca effettuata sul campo consentiranno in uno spazio temporale di medio periodo di ottenere **un incremento di capacità produttiva di bovini allevati pari a circa 8.000 capi, valore che rappresenta circa il 20% dell'intero patrimonio bovino presente sull'area di intervento.**

3. Incremento della base occupazionale

Dalle schede analitiche fornite dalle singole aziende aderenti al Patto Distrettuale e dai dati in esse contenuti – dati confermati e validati dalla CCIAA di Palermo – risultano essere 436 le unità lavorative direttamente impegnate in tutta la filiera produttiva.

In relazione alle aspettative di un concreto aumento delle base produttiva aderente ed alla luce dell'introduzione del processo di riorganizzazione del settore che comporterà una conseguente riduzione dei costi di transizione economica, contiamo di effettuare nuove economie di scala a tutto vantaggio delle aziende aderenti. Inoltre la graduale internalizzazione di alcune delle attività, in atto, esternalizzate (acquisto di mangimi, assistenza tecnica, etc.) porteranno ad attivare un sensibile incremento di risorse umane.

I due fattori combinati stimiamo possano determinare, nel breve periodo, un incremento occupazionale pari a circa 86 nuovi occupati.

4. Incremento della redditività aziendale.

Come abbiamo detto nella parte descrittiva i nuovi livelli organizzativi e funzionali introdotti grazie all'attivazione del Patto Distrettuale, consentiranno di attivare economie di scala, di scopo e di apprendimento

che porteranno le aziende produttrici aderenti a ridurre gli attuali costi sostenuti e quindi a migliorare la loro redditività.

Altro elemento messo in evidenza ed abbondantemente pianificato è quello relativo alla ricerca di un nuovo posizionamento su un mercato medio-alto del prodotto carneo ottenuto, nuovo posizionamento che produrrà alle aziende aderenti migliori margini economici.

Entrambi i due elementi contribuiranno a migliorare gli attuali livelli di redditività, miglioramento che noi abbiamo stimato possa attestarsi ad un più 10% sugli attuali indici fatti registrare dalle singole aziende.

5. Incremento del fatturato complessivo del Distretto

Al riguardo la valutazione che abbiamo avuto modo di verificare puntualmente è stata condotta – per maggiore veridicità di risultato - sul solo fatturato globale diretto. Detto fatturato, in atto, è stato ottenuto procedendo alla mera sommatoria dei singoli fatturati fatti registrare dalle 232 aziende aderenti che risulta essere complessivamente pari a 115 Meuro.

Il valore aggiunto al riguardo è stato determinato applicando, in maniera ponderata, la risultante degli indici analitici e previsionali applicati alle altre variabili macro-economiche prese precedentemente in rassegna.

Detta operazione di analisi ci ha portato a determinare un valore aggiunto netto – attivato grazie alle azioni combinate programmate dal Patto Distrettuale – di circa il 16% sul fatturato globale diretto e quindi pari ad un più 18 Meuro.