



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO AGRICOLTURA E FORESTE



I formaggi storici di nicchia in Sicilia: aspetti produttivi e di mercato

dicembre 2007
ISBN 978-88-95376-17-2

OESAAS
Osservatorio sull'Economia del Sistema AgroAlimentare della Sicilia

*Nessun vento è favorevole a
colui che ignora la direzione
da prendere.
(Seneca)*

Responsabile della Ricerca e Responsabile Scientifico

Antonino Bacarella

Coordinamento Tecnico

Pietro Columba

Redazione

Pietro Columba: Introduzione; Conclusioni.

Loirella Di Giovanni: impostazione, progettazione, elaborazione e stesura del testo dello studio.

Si ringrazia per la gentile collaborazione:

il Dr. Pippo Catalfamo Vice Presidente del Consorzio per la Tutela e la Valorizzazione del Maiorchino di Novara di Sicilia; i medici veterinari Dr.ssa Sofia, Dr.ssa Barreca, Dr. Francesco Lo Bue; il Dr. Giovanni Zito ed il Dr. Simone Sangiorgi Dirigente Responsabile e funzionario del Distretto Monti Sicani Unità Operativa 97 Lercara Friddi; Dr. Rosario Gugliotta fiduciario della condotta Slow Food Valdemone Messina; Associazione Produttori Zootecnici "Irminio"; Associazione A.U.Z.I; il Dr. Massimo Todaro del Consorzio di Tutela della Vastedda della Valle del Belice; il Dr. Gaspare Caldarella Vice Presidente del Consorzio di Tutela del Caciocavallo Palermitano; il Dr. Fioriglio produttore della Provola dei Nebrodi; il Dr. Vincenzo Pruiti Dirigente Responsabile del Distretto dei Nebrodi Unità Operativa 68; la Sig.ra Elena Formaro, la Dr.ssa Patrizia Campo ed il Dr. Guglielmo Portelli del Co.R.Fi.La.C, il Dr. Antonino Virga Dirigente dell'Assessorato Regionale alla Sanità - Ispettorato Regionale Veterinario; il Dr. Andrea Truscetti Responsabile Area Tecnico-Scientifica dell'Associazione Regionale Allevatori; il D.r Michele Macaluso ed il Dr. Achille Virga Dirigente Responsabile e funzionario del Distretto Madonie Unità Operativa 91 di Petralia Sottana.

Editore CORERAS

dicembre 2007

ISBN 978-88-95376-17-2

Indice

INTRODUZIONE.....	8
PREMESSA.....	12
I. I FORMAGGI SICILIANI: LA STORIA DELLA TIPICITÀ ED IL TERRITORIO.....	14
I.1. IL PECORINO SICILIANO DOP.....	14
<i>I.1.1. Il Disciplinare di produzione del Pecorino Siciliano DOP.....</i>	<i>20</i>
I.2. LA VASTEDDA DELLA VALLE DEL BELICE	22
<i>I.2.1. Disciplinare di produzione della Vastedda della Valle del Belice.....</i>	<i>27</i>
I.3. LA PROVOLA DEI NEBRODI	30
<i>I.3.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione della Provola dei Nebrodi.....</i>	<i>34</i>
I.4. IL MAIORCHINO.....	37
<i>I.4.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Maiorchino</i>	<i>41</i>
I.5. LA PROVOLA DELLE MADONIE.....	43
<i>I.5.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione della Provola delle Madonie.....</i>	<i>45</i>
I.6. IL FIORE SICANO	48
<i>I.6.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Fiore Sicano</i>	<i>51</i>
I.7. IL CACIOCAVALLO PALERMITANO	53
<i>I.7.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Caciocavallo Palermitano.....</i>	<i>55</i>
I.8. IL PIACENTINO ENNESE.....	57
<i>I.8.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Piacentino Ennese</i>	<i>60</i>
I.9. IL RAGUSANO DOP ED IL COSACAVADDU IBLEO	61
<i>I.9.1. Disciplinare di produzione del Ragusano DOP.....</i>	<i>67</i>
II. ORGANIZZAZIONE DELL'INDAGINE.....	70
II.1. CAMPO DI OSSERVAZIONE DELLO STUDIO	70
II.2. LA SCHEDA INFORMATIVA	74

II.3. METODOLOGIA DI ELABORAZIONE	76
III. I RISULTATI DELL'INDAGINE: GLI ELEMENTI GENERALI DEI CASEIFICI INTERESSATI ALLA PRODUZIONE DEI FORMAGGI STORICI SICILIANI.....	78
III.1. ASPETTI STRUTTURALI DEI CASEIFICI	79
III.2. ASPETTI LEGATI ALLE TECNICHE DI LAVORAZIONE TRADIZIONALE DEI FORMAGGI STORICI SICILIANI	93
III.3. ASPETTI DI GESTIONE INNOVATIVA NEI CASEIFICI.....	96
IV. LE MOTIVAZIONI, LE DIFFICOLTÀ ED I VANTAGGI LEGATI ALLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI FORMAGGI STORICI DI NICCHIA SICILIANI: I RISULTATI DELL'INDAGINE	126
IV.1. LE MOTIVAZIONI.....	126
IV.2 LE DIFFICOLTÀ E LE CRITICITÀ.....	131
IV.3. I VANTAGGI/BENEFICI CONSEGUITI.....	140
V. CONCLUSIONI.....	146
BIBLIOGRAFIA.....	150

INTRODUZIONE

Il progressivo ampliamento dei mercati e l'accesso sempre più facile alle informazioni ed alle comunicazioni, anche tra persone e popoli distanti geograficamente e culturalmente, determina fenomeni di "contaminazione" culturale e degli stili di vita. Le fusioni culturali si sono affermate nelle arti: musica, letteratura, ecc., ma anche negli ambiti del vivere quotidiano; per esempio, oltre alla omologazione sulla dieta "continentale" ad alto contenuto di proteine animali, si ricorre sempre più di frequente ad elementi di arredamento "etnici" di provenienza orientale e si diffondono cibi dell'area arabo-mediterranea come il *kebab* e il *cous cous*.

Proprio l'ambito delle produzioni agroalimentari ha suscitato, e suscita tuttora, profonde apprensioni per la capacità competitiva dei prodotti agricoli provenienti da grandi paesi che solo di recente cominciano ad affermarsi sullo scenario commerciale mondiale: il Sudamerica, l'Australia e, soprattutto, la Cina, acquisiscono un ruolo sempre più pervasivo nell'offerta agricola e alimentare mondiale.

La grande capacità produttiva di questi paesi, unita ai bassi costi di produzione consentiti dall'ancora modesto livello di sviluppo economico, permette, infatti, di esercitare una forte concorrenzialità, basata sul basso prezzo, rispetto ai prodotti agricoli dell'area sviluppata.

Le produzioni intrinsecamente pregiate, ricche di peculiarità territoriali, sociali, storiche e tradizionali, ottenute in Europa dai paesi di più spiccata vocazionalità come l'Italia e la Francia, a causa delle ridotte dimensioni di impresa, subiscono, quindi, una duplice pressione: dal lato della competizione commerciale per il prezzo meno competitivo, dal lato dell'efficienza produttiva per le difficoltà di accesso alla distribuzione e di realizzare economie di scala.

Il livello elevato del reddito mediamente disponibile fa sì che la spesa alimentare incida sempre meno sul complesso dei consumi; in queste condizioni, la domanda alimentare, cresce in misura inferiore rispetto al reddito

(bassa elasticità) comprimendo i margini di sviluppo dell'intero sistema agroalimentare. Fenomeno, questo, reso più acuto dal sostanziale arrestarsi dell'evoluzione demografica; la grande crescita economica del 1900 deve, infatti, gran parte del suo sviluppo al tumultuoso incremento della popolazione che ha consentito di assorbire i crescenti volumi di offerta messi a disposizione dal miglioramento strutturale e tecnologico delle imprese.

Da lungo tempo gli studiosi convengono nell'indicare la strategia competitiva basata sulla qualità come l'unica in grado di contrapporsi alla crescente pressione esercitata dalla massiccia offerta internazionale, grazie all'esaltazione dei caratteri irriproducibili e inimitabili dei prodotti a connotazione territoriale.

Di fronte all'evoluzione dei modelli di vita, frequentemente tendenti all'omologazione, si delinea, infatti, un fenomeno di spiccata personalizzazione della domanda al consumo; questa, liberatasi dall'obiettivo primario del soddisfacimento delle esigenze nutrizionali, tende ad assumere caratteri edonistici e funzioni sociali che trovano il radicamento più saldo nell'espressione di "valori" addizionali: l'esclusività, la tipicità, la salubrità/salutarità, il rispetto di valori etici, ecologici, spirituali, ecc., che si accompagna alla richiesta crescente di garanzie sulle caratteristiche del prodotto e del processo produttivo.

La strategia competitiva di qualità tende a tesaurizzare la disponibilità del consumatore a pagare un prezzo aggiuntivo in cambio della soddisfazione dei suoi "nuovi bisogni". Per questa via, pertanto, si può ottenere un incremento della spesa agroalimentare pur in presenza di consumi stabili, prossimi alla saturazione, in un sistema demografico sostanzialmente statico.

Il (plus)valore della qualità si origina *in campo* ma si sviluppa e consolida lungo tutta la filiera per giungere, infine, *alla tavola*. Per assecondare le nuove esigenze del consumatore e tradurle in un vantaggio competitivo, l'offerta deve corredarsi delle necessarie garanzie che poco frequentemente possono derivare

dall'opera del singolo (garanzia del produttore) ma devono generarsi e trasferirsi lungo la filiera con il coordinamento delle attività produttive e la comunicazione dell'informazione.

Lo studio sui formaggi storici siciliani consente di evidenziare, una volta di più, la ricchezza del patrimonio agroalimentare tipico dei nostri territori ma anche di svelare i limiti di un approccio ancora troppo "orientato al prodotto" piuttosto che al consumatore.

Il novero dei formaggi tipici individuati costituisce una realtà varia e multiforme capace di assicurare un'esperienza composita e ricca di suggestioni in occasioni di consumo anch'esse differenziate: formaggi pecorini, caprini e vaccini sono alla base di formaggi stagionati dai sapori intensi che si giustappongono a formaggi speziati, allo zafferano, ecc., e ad altri formaggi soavi atti al consumo fresco.

Accanto ai formaggi "a rischio di estinzione", prodotti da pochissimi *cultori* della tradizione, si ritrovano realtà più consolidate, che dispongono anche di strutture imprenditoriali più moderne e che si fregiano della denominazione di origine protetta e, sia pure in pochi casi, anche di certificazioni di qualità volontarie (ISO 9000 e ISO 14000). Ne risulta un sistema differenziato per attitudine allo sviluppo ed alla valorizzazione: mentre i formaggi "maggiori" possono essere fatti oggetto di interventi tesi al raggiungimento della *massa critica* indispensabile per l'accesso a circuiti distributivi vasti, i formaggi "minori" sembrano più realisticamente adatti ad una valorizzazione locale, all'interno di un sistema di marketing del territorio, attraverso la diffusione nei campi della ristorazione rurale e tipica e in sistemi di fruizione diretta come le *strade* dei formaggi, del vino, ecc..

Il turismo enogastronomico si configura, infatti, come un potente stimolo all'attivazione economica dei territori, suscettibile di importanti sviluppi nell'immediato futuro, in conseguenza dell'evoluzione positiva dei movimenti turistici nel mondo.

I formaggi tipici possono concorrere, quindi, a configurare un'offerta turistico-ricreativa fortemente caratterizzata, espressione dei luoghi, della cultura e della antichissima storia della Sicilia.

Lo stato attuale di disorganizzazione della filiera determina una grande asimmetria informativa che consente agli operatori intermedi della distribuzione di speculare sull'apprezzamento del consumatore senza trasferire i vantaggi anche alla produzione. Attraverso il rafforzamento della base produttiva e il coordinamento verticale della filiera dei formaggi tipici si può, invece, assicurare maggiore efficienza all'intero sistema e più consistenti redditi agli operatori di tutte fasi.

L'analisi delle opinioni dei produttori in merito alle problematiche dei formaggi tipici siciliani, consente di delineare le loro caratteristiche culturali e imprenditoriali, fornendo uno strumento utile per interpretarne le esigenze e i limiti che più significativamente incidono sulle possibilità di determinare la formazione di reddito e di partecipare a processi di sviluppo locale.

PREMESSA

La storia dei formaggi in Sicilia è antichissima, avendo avuto inizio con l'insediamento nell'isola delle comunità fenicie.

Da Omero ed Aristotele si apprende infatti che, già in quei tempi lontani, la Sicilia era abitata da popolazioni di pastori che conoscevano le tecniche di trasformazione del latte e di preparazione di formaggi pecorini.

Le prime citazioni che attestano la vetustà del formaggio "pecorino" risalgono proprio ad Omero (IX sec. a.C.) che, in uno dei passi più famosi dell'Odissea, racconta del pastore Polifemo intento nella preparazione dei caci.

In seguito anche Aristotele si sofferma sul procedimento "tipicamente siciliano" di trasformazione del latte in formaggio, esaltandone il gusto unico.

In Sicilia lo stadio pastorale ha sicuramente rappresentato un periodo abbastanza lungo ed i prodotti della pastorizia, per tanto tempo, sono stati l'unica merce di scambio possibile: Plinio il Vecchio, nella sua *Naturalis Historia*, ricorda che la Sicilia esportava a Roma il "caprino" di Agrigento.

Da questa antichissima tradizione casearia deriva una variegata tipologia di formaggi, che sono fortemente legati ai rispettivi territori di origine, di cui esprimono i significati più intimi, essendo, ancora oggi, ottenuti con il latte delle razze autoctone e con processi ed attrezzature tradizionali.

Si tratta di un numeroso gruppo di eccellenze gastronomiche rappresentato, oltre che dai due formaggi a denominazione riconosciuta (Ragusano DOP e Pecorino siciliano DOP), dal lungo elenco dei formaggi storici (Fiore Sicano, Provola dei Nebrodi, Provola delle Madonie, Cosacavaddu Ibleo, Maiorchino,

Piacentino ennese, Vastedda della Valle del Belice, Caciocavallo Palermitano¹, ecc.).

Queste produzioni casearie di tipo artigianale presentano caratteristiche comuni quali l'accentuata polverizzazione aziendale - scarsamente riconducibile a forme associative - la notevole variabilità dei processi produttivi, la capacità dell'offerta quantitativamente limitata che, unite agli elevati costi di produzione ed alle difficoltà legate alla penetrazione nei mercati, relegano questi formaggi al ruolo di prodotti di nicchia, per lo più venduti nel mercato locale di produzione.

Le piccole aziende coinvolte nella produzione casearia tipica si trovano ad operare in zone meno favorite o marginali, distanti dai poli dell'agricoltura intensiva ma, forse proprio per questo, più vicine alle radici culturali e storiche di singole comunità, ben radicate nel territorio.

In una prospettiva locale infatti queste produzioni rappresentano una fonte importante di reddito familiare oltre che la garanzia di un prezioso quanto delicato rapporto economico con il territorio. Le tipicità casearie potrebbero pertanto innescare sinergie intersettoriali con altre componenti dell'economia e del territorio quali il turismo, l'arte, la cultura ed il paesaggio naturale.

In una prospettiva globale e di omologazione agroalimentare, i prodotti caseari di nicchia costituiscono un'importante componente del più ampio sistema dei prodotti agroalimentari tipici della Sicilia. Essi stessi invero, se sostenuti da una forte politica di consolidamento strutturale e di valorizzazione – anche attraverso l'effetto traino di un “prodotto civetta” come il vino siciliano – e da una organizzazione commerciale volta ad affermare il prodotto rispetto a specifici canali di vendita e segmenti di consumo, potrebbero raggiungere quella massa critica che gli consentirebbe di allargare i confini della nicchia.

¹ La Vastedda della Valle del Belice nelle fasi finali del progetto di ricerca ha acquisito il riconoscimento comunitario DOP, mentre il Caciocavallo Palermitano è in attesa di ricevere il marchio.

I. I FORMAGGI SICILIANI: LA STORIA DELLA TIPICITÀ ED IL TERRITORIO

La storia della tradizione con le sue fantasie popolari e le sue verità documentate; i luoghi della produzione con i loro aspetti paesaggistici e architettonici; l'uomo con i suoi valori e il suo percorso culturale; la qualità del latte crudo, con i suoi sentori aromatici e organolettici, espressione massima delle razze allevate e dei pascoli spontanei; i metodi tradizionali di trasformazione del latte con gli attrezzi storici in legno ed in rame ed i luoghi ed i sistemi di stagionatura concorrono, in perfetta armonia, a creare delle eccellenze casearie dalle caratteristiche organolettiche uniche e irripetibili al di fuori dell'ambiente di origine.

I.1. IL PECORINO SICILIANO DOP

La Sicilia, situata in una delle linee di passaggio in cui il nord del mondo diventa sud ed il sud stenta a diventare nord, si affaccia sul mediterraneo con un patrimonio ambientale e storico-culturale di straordinaria ricchezza.

Il vulcano Etna, le riserve naturali dei monti Nebrodi e delle Madonie, la valle del fiume Alcàntara, le spiagge sabbiose e le palme nane descrivono, in estrema sintesi, il paesaggio naturale dell'Isola.

La storia invece, rimanda alla civiltà Fenicia e a quella Greca, di cui la Sicilia rappresenta un deposito immenso di memorie, nonché alle civiltà Romana e Araba, e infine a quelle dei Normanni e degli Aragonesi.

La coltura della vite, dell'olio, del grano e degli agrumi disegnano il paesaggio agrario che, salendo verso la collina, cede il passo ai pascoli naturali e all'allevamento del bestiame che, sin dalle epoche più antiche, ha rivestito un'importanza fondamentale nell'economia delle genti siciliane. Effettivamente la grande adattabilità di pecore e capre alle condizioni più infelici del territorio ha fatto sì che da sempre questi animali ed i formaggi ottenuti dal loro latte

costituissero un elemento insostituibile del sostentamento delle popolazioni rurali.

In questo contesto storico-paesaggistico nasce il “Pecorino”: un formaggio a pasta dura, preparato con latte crudo di pecora, utilizzando attrezzature tradizionali.

Si tratta, dunque, di uno dei prodotti caseari più antichi dell’Isola: tralasciando la leggenda omerica di Polifemo – che versava il latte cagliato nei canestri intrecciati – già Pindaro considera la Sicilia “terra ricca di armenti”, quindi ricca di formaggi, ricotte, lana e manufatti di lana; anche Arcestrato di Gela nel IV secolo a.C. descrive i caci di Sicilia che erano rinomati e richiesti anche in Grecia.

Il contesto produttivo del formaggio Pecorino si caratterizza per la spinta polverizzazione aziendale e per la presenza, accanto ad allevamenti stanziali provvisti di snelle e idonee strutture per il ricovero degli animali, soddisfacenti condizioni igienico-sanitarie dei capi e alimentazione razionale, di realtà aziendali basate su un sistema pastorale arcaico: allevamento brado e transumante, assenza di strutture e di pascolo proprio, alimentazione inadeguata ed insoddisfacenti condizioni igieniche dei capi allevati.

L’allevamento ovino, che in Sicilia conta 6.482 aziende e 708.182 capi², è presente su tutto il territorio regionale, con una maggiore concentrazione nelle aree collinari e di montagna delle province di Palermo, Messina ed Enna.

Le razze più rappresentate sono la Pinzirita, la Comisana, la Valle del Belice e la Barbaresca, anche se, in realtà, il maggior numero di animali è rappresentato da tipi genetici intermedi derivati da incroci tra razze diverse.

La produzione del latte ovino normalmente inizia ad ottobre e si protrae sino a giugno seguendo un andamento crescente con punte massime nei periodi invernali con una forte concentrazione nel periodo primaverile-estivo.

² Fonte: Istat, Censimento Generale dell’Agricoltura - anno 2000.

La trasformazione del latte viene realizzata, soprattutto, nei caseifici aziendali, con metodi di lavorazione artigianali ed in condizioni igieniche non perfettamente in linea con le prescrizioni normative.

Le produzioni casearie principali riguardano: la tuma, il primosale, il pecorino semistagionato e stagionato, il pecorino pepato ed il pecorino misto o canestrato e la ricotta.

Infatti, dalla caseificazione del latte ovino si possono ottenere una gamma di prodotti con caratteristiche e tipologie molto differenti tra loro che trovano un ventaglio di destinazioni e finalità alimentari.

Il formaggio pecorino allora si chiamerà “*Canestrato*” se al latte ovino si aggiungerà il latte di capra o di vacca e se si sceglierà di chiamarlo col nome dell’involucro che ne ha dato lo stampo; diventerà “*Maiorchino*” se si darà rilevanza all’arco temporale in cui raggiunge il massimo del suo splendore e “*Piacentino*” se alla pasta si aggiungerà lo zafferano ed i grani di pepe nero.

Lo chiameremo “*Tuma*” se gradiremo sottolineare la tenera morbidezza data alla versione non stagionata; sarà invece “*Primosale*” se vorremo mettere in risalto la sua prorompente giovinezza resa saggia dalla prima salatura ed infine si darà il nome di “*Vastedda*” all’unico pecorino fresco a pasta filata.

Comunque lo si voglia chiamare, questo formaggio resta sempre l’immutabile pecorino che, pirandellianamente, diventa, “*uno, nessuno e centomila*”.

Contrariamente a questa definizione di tipo letterario, l’Unione Europea nel 1996 ha voluto attribuire al Pecorino Siciliano un riconoscimento univoco con la sua iscrizione al Registro delle denominazioni di origine protetta e delle indicazioni geografiche protette” (ai sensi del Regolamento CE n. 1107/1996).

Ancora oggi però, dopo dieci anni dall’acquisizione del marchio di tutela, la denominazione concentra quantitativi di prodotto marginali rispetto a quello che si produce nell’areale del disciplinare. La produzione annua del Pecorino

ordinario (non DOP) infatti ammonta a circa 7 mila tonnellate, mentre quella della DOP (riferita al 2006) non supera le 9 tonnellate: appena 876 forme.

Il Pecorino definito “ordinario” si differenzia dal formaggio a denominazione – la cui “qualità costante” viene certificata, tracciata e garantita da un Ente terzo di certificazione – per una elevata incostanza qualitativa ed una forte variabilità delle caratteristiche organolettiche legate alle differenti modalità di produzione adottate nelle diverse zone della Sicilia (diversa pezzatura delle forme, aggiunta di grani di pepe nero nella pasta caseosa).

Un siffatto prodotto, che non può essere ricondotto ad un'unica tipologia, difficilmente trova sbocchi commerciali al di fuori dell'area locale o al più regionale. Tuttavia sono ancora pochi i casari che hanno deciso di rispettare le norme dettate dall'Unione Europea e quindi di produrre una eccellenza casearia qual è appunto il Pecorino Siciliano a denominazione.

La mancata adesione dei produttori del Pecorino al “circuitto” della DOP è da attribuire principalmente agli oneri organizzativi ed agli alti costi aggiuntivi derivanti dall'acquisizione e mantenimento della certificazione.

Il sistema produttivo della DOP nel 2006 ha coinvolto 11 produttori di latte con una mandria di circa 3.010 ovini, 10 caseificatori e 7 stagionatori (Tav. I.1).

La caseificazione della DOP che, per disciplinare, si compie dal mese di ottobre fino al mese di giugno, avviene prevalentemente nei caseifici aziendali, mentre la stagionatura – nel caso in cui l'azienda non sia dotata di locali idonei – può essere affidata agli stagionatori che si occupano anche della commercializzazione del prodotto affinato.

Dal primo anno in cui ha avuto inizio l'attività di certificazione (2002) ad oggi (2006), le variazioni più significative riguardanti gli iscritti ai tre diversi albi si sono avute nel 2004. Nei due anni successivi invece, la situazione è ritornata pressappoco come quella del primo anno³.

³ Per una corretta lettura di questi dati, però, si deve sempre considerare che la gran parte dei caseificatori sono anche produttori di latte ed alcuni si occupano pure della stagionatura; di

Tra il 2002 ed il 2006 la quantità di latte destinata alla produzione del Pecorino Siciliano DOP è cresciuta di circa 113 mila litri, inoltre, è significativo notare, come l'incidenza del latte destinato alla DOP sul latte complessivamente prodotto, sia passata dal 17% del 2002 al 93% del 2006. La produzione a marchio UE (n. forme marchiate) è cresciuta nei primi tre anni, è rimasta pressoché stabile nel 2005, mentre nel 2006 ha fatto registrare, rispetto all'anno precedente, una flessione pari al 24%.

La percentuale delle forme marchiate su quelle effettivamente prodotte si è mantenuta intorno al 85% nel 2003, nel 2005 e nel 2006, segnando invece un incremento significativo tra il primo ed il secondo anno di certificazione (+63%) ed una riduzione pari a 32 punti percentuali, nel 2004.

conseguenza, la cancellazione dall'albo da parte di un caseificatore determina variazioni numeriche anche negli altri due albi.

Tav I.1. FORMAGGIO PECORINO SICILIANO DOP: le produzioni - dati aggiornati al 25 ottobre 2006

ISCRITTI AGLI ALBI	ANNO 2002	Anno 2003	ANNO 2004	ANNO 2005	ANNO 2006
Produttori latte	7	15	24	14	11
Caseificatori	9	7	19	11	10
Stagionatori	7	6	11	9	7
PRODUZIONE					
Quantità di latte prodotto (litri)	37.914	34.478	196.706	164.832	128.244
di cui destinato alla D.O.P.(litri)	6.735	23.728	187.681	128.241	119.408
N° capi (stima)	2.610	4.905	5.921	2.660	3.010
Kg di latte per kg di formaggio	5,3	5,3	5,3	5,3	5,3
Forme prodotte (n° forme - kg)	255 forme (2.067 kg)	1.175 forme (11.863kg)	2.316 forme (21.293 kg)	1.378 forme (15.737 kg)	1.035 forme (10.703 kg)
Peso medio per forma (Kg)	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
Forme marchiate totali (n° e kg)	62 forme (431 kg)	1.030 forme (10.569 kg)	1.287 forme (14.338 kg)	1.157 forme (13.098 kg)	876 forme (8.951 kg)
	24% sul totale	87% sul totale	55% sul totale	84% sul tot.	84% sul tot.
Euro per kg di formaggio	14,00 Euro al chilo all'ingrosso e 16,00 euro al dettaglio				

Fonte: CO.R.Fi.La.C.

1.1.1. Il Disciplinare di produzione del Pecorino Siciliano DOP

Il Pecorino Siciliano viene prodotto su tutto il territorio della regione con maggiore accentuazione nelle province di Agrigento, Caltanissetta, Enna e Trapani.

Il latte intero di pecora, fresco, di una sola mungitura nella stagione calda e di due mungiture nella stagione fredda, viene filtrato e riscaldato nelle caldaie di rame sino a 37-40°C. In seguito, viene versato nella tina di legno dove si aggiunge il caglio in pasta di agnello.

Avvenuto il rassodamento della massa caseosa, la cagliata viene rotta rapidamente con l'ausilio della rotula, sino ad ottenere granuli delle dimensioni di un chicco di riso o di cece. Durante la fase di rottura della cagliata viene addizionata acqua a 40-45°C, lasciando poi decantare per 10-20 minuti i grumi caseosi che si raccolgono sul fondo del tino espellendo parte del siero e formando una massa compatta.

Il siero viene raccolto con la "cazza", tradizionale bacinella di alluminio, e trasferito in caldaia per la preparazione della ricotta, il cui liquido residuo costituisce la "scotta⁴" utilizzata per la successiva fase di maturazione della massa caseosa.

La pasta estratta dal tino, viene tagliata in pezzi, posta in canestri di giunco "fascette" collocati su di un ripiano inclinato "tavoliere" e sottoposta a leggera pressatura con la mano per favorire lo spurgo ed il consolidamento della pasta.

I canestri, successivamente, vengono rimessi nella tina dove vengono bagnati con la scotta residua della ricotta a 85°C, coprendo il recipiente con una coperta di lana per evitare rapidi abbassamenti di temperatura.

Le forme si lasciano maturare per 2-4 ore, fino a quando la temperatura della scotta non sia scesa a 45-50°C, quindi i canestri vengono posti a

⁴ Siero non rappreso che rimane nella caldaia quando si fa il formaggio o la ricotta.

sgocciolare sul tavoliere di legno per 24-48 ore, rivoltando le forme più volte all'interno dei canestri per conferire loro il caratteristico aspetto a cilindro a facce piane o leggermente concave e con impresso i segni del canestro.

Successivamente alla produzione, viene praticata a mano la salatura a secco sull'intera superficie della forma.

La stagionatura dei formaggi avviene in locali naturalmente freschi ed areati e si protrae da un minimo di 4 (tipo semistagionato) fino a 12 mesi.

Le forme, disposte su appositi ripiani in legno vengono periodicamente rivoltate e controllate per intervenire nei casi di attacchi di origine fungina, asportando con un panno le muffe dalle superfici interessate. E' prevista la cappatura delle forme con olio o morchia d'olio.

Il Pecorino Siciliano DOP si caratterizza per il suo odore forte e pungente con sentori di funghi e verde-erbaceo, che rievocano i profumi dei pascoli cui è affidata l'alimentazione delle greggi. Il sapore deciso, con il protrarsi della stagionatura, si fa più piccante e ricco di aromi fruttati.

La DOP, di forma cilindrica a facce piane o leggermente concave⁵, presenta una crosta canestraia sottile di colore bianco giallognolo, tendente all'ambrato nel prodotto più stagionato ed una pasta bianca o paglierina, compatta con limitata occhiatura.

⁵ Ciascuna forma ha un'altezza compresa tra 10 e 18 cm ed un peso variabile da 4 a 12 kg in rapporto alle condizioni tecniche di produzione.

I.2. LA VASTEDDA DELLA VALLE DEL BELICE

Il fiume Belice, scorrendo lungo l'omonima Valle compresa tra le province di Trapani, Palermo ed Agrigento, traccia un percorso in cui la vite, il grano, l'ulivo, le greggi disegnano il paesaggio agrario; le spiagge sabbiose, le palme nane, le acque termali ed i boschi caratterizzano l'ambiente naturale; mentre i templi dorici, i castelli medievali, i vicoli saraceni, i luoghi del Gattopardo, i ruderi del terremoto⁶ e le sculture della ricostruzione⁷, ne scrivono la storia.

In questo territorio, soprattutto nei mesi estivi, si produce l'unico pecorino siciliano a pasta filata, la "Vastedda della Valle del Belice"; ottenuto con il solo latte delle pecore della razza Valle del Belice, utilizzando attrezzature tradizionali.

Da una ricerca storica curata dall'Unità Operativa di Menfi, Distretto Belice-Carboj, dell'Assessorato Regionale all'Agricoltura ed alle Foreste, si apprende che la pastorizia e la viticoltura ebbero in questa Valle un notevole sviluppo con l'avvento degli Aragonesi ed in particolare con il re Federico II "il Vecchio".

Il documento più antico ritrovato, che riferisce sulla vendita di formaggio prodotto nella Valle del Belice, risale alla metà del XV secolo. Anche altri documenti di archivio fanno riferimento a diverse tipologie di formaggio come il pecorino, la ricotta, il caciocavallo e la vastedda, prodotti nella zona.

L'origine di questo formaggio non è legata ad alcuna idea progettuale, ma bensì al tentativo, di un vecchio casaro, di recuperare i pecorini andati a male a causa del forte caldo estivo, tagliandoli a fette ed immergendoli nell'acqua calda per eliminarne l'acidità. La pasta disacidificata, inaspettatamente, cominciò a filare ed il casaro, allora, la ripose in un piatto fondo trovato lì per caso; il

⁶Sono ancora evidenti i segni del devastante sisma del 1968.

⁷ di Pietro Consagra, di Alberto Burri e di Joè Pomodoro.

formaggio prese così la forma tipica della “vastedda”, ovvero della comune pagnotta, un pane a forma circolare larga e schiacciata.

L’etimo più remoto del termine *vastedda* o *guastedda* (propriamente, una sorta di “schiacciata” o focaccia ricolma di ricotta o altro) è riconducibile al francese antico “*gastl*” o meglio al normanno “*guastel*” o “*wastel*”. Il termine potrebbe anche derivare dal dialetto “*vasta*” cioè guasta, riferito alla pasta andata a male per una fermentazione anomala dei caldi giorni estivi.

Per conoscere invece le origini della pecora “*belicina*”, occorre andare indietro nel tempo. Deriva dall’incrocio tra le razze *Pinzirita*, originaria locale, con la *Comisana* e poi con la *Sarda*; quest’ultima giunse in Sicilia a seguito di predazioni compiute dai saraceni nelle aree del Mediterraneo.

Questa particolare razza, grazie alla sagace opera di selezione condotta nel corso dei secoli dagli allevatori della zona e, in tempi più recenti, dal Dipartimento S.EN.FI.MI.ZO.⁸ della Facoltà di Agraria di Palermo e dall’Associazione Regionale Allevatori, ha raggiunto prestazioni produttive di rilievo (produzioni medie di 200 kg di latte per capo a lattazione) ed è stata riconosciuta ufficialmente nel 1998.

La pecora della razza *Valle del Belice*, inserita a pieno titolo tra le migliori razze ovine da latte presenti in Italia ed in Europa, oltre che per l’elevata produttività, si caratterizza anche per la presenza di un apparato mammario voluminoso e generalmente ben conformato, per l’attitudine ai parti bigemini e per una spiccata resistenza alle avversità atmosferiche.

Secondo i dati forniti dall’Associazione Italiana allevatori (AIA), relativi ai controlli sulle aziende zootecniche che aderiscono ai piani di selezione e miglioramento genetico del bestiame allevato, nelle tre province interessate alla produzione della *Vastedda*, si contano circa 55.000 ovini della razza *Valle del Belice* e 421 allevamenti con un numero medio di capi per azienda pari a circa

⁸ Scienze Entomologiche, Fitopatologiche, microbiologiche agrarie e Zootecniche.

130 unità. Gli allevamenti – ufficialmente indenni da brucellosi – sono in prevalenza del tipo semibrado, anche se in alcune zone dell’agrigentino e del palermitano si riscontra anche l’allevamento brado.

Nel caso dell’allevamento semi brado, si attua sempre il ricovero notturno del bestiame in ovili coperti. Mentre nel secondo caso le greggi pascolano liberamente su terreni di proprietà o in affitto e vengono ricoverati sotto tettoie rudimentali o in recinti soltanto per effettuare la mungitura o, nel periodo invernale, durante la notte.

Non esiste una vera e propria transumanza stagionale dalla pianura ai monti: le greggi in cerca di pascoli, si spostano nel corso dell’anno da contrada a contrada sia nell’ambito del medesimo comune che in territori alquanto distanti.

I prodotti dell’allevamento sono rappresentati oltre che dalla Vastedda, dal pecorino fresco e/o stagionato, dalla ricotta e dal formaggio “canestrato”.

Il latte prodotto può essere trasformato in azienda o conferito al caseificio che si approvvigiona di latte giornalmente e produce prevalentemente formaggio fresco che rivende sul mercato locale a commercianti e/o grossisti.

Purtroppo, negli ultimi anni, molti casari hanno fatto un uso improprio del termine “Vastedda”, commercializzando, in tutti i mesi dell’anno, un prodotto dalle caratteristiche ben diverse da quelle del formaggio tradizionale. Si tratta in realtà di una tipologia casearia prodotta con latte ovino e bovino trattato termicamente ed utilizzando esclusivamente attrezzature in acciaio.

Allo scopo di tutelare la tradizione storica di questo formaggio, nell’agosto del 2001 è stato costituito il Consorzio per la tutela del formaggio Vastedda della Valle del Belice, promosso dai comuni di Santa Margherita Belice, Sambuca di Sicilia, Menfi, Sciacca, Partanna e Castelvetro, dalla Provincia regionale di Agrigento, dalla provincia regionale di Trapani, dal Dipartimento S.EN.FI.MI.ZO della Facoltà di Agraria di Palermo, dalle organizzazioni professionali Agricole e dall’Associazione Regionale Allevatori della Sicilia.

Il Consorzio conta 30 iscritti tra allevatori (n. 20) della razza ovina “Valle del Belice” ed allevatori/produitori (n. 10) della “Vastedda”; ed una mandria di 5.000 capi circa.

Nel 2004 la produzione – stimata dal Consorzio e dalla Slow Food – si è attestata intorno alle 15 tonnellate: circa il 35% in più rispetto al 2000⁹. Oltre al quantitativo prodotto sono aumentati anche i prezzi di vendita al dettaglio: da 6,15 Euro/kg nel 2000 si è passati a 11-12 Euro/kg prezzo attuale¹⁰.

Il Consorzio, anche se al momento in cui si scrive è ancora in fase di avviamento, si sta impegnando per il raggiungimento di alcuni obiettivi di importanza prioritaria.

Il primo fra tutti si riferisce all’acquisizione della denominazione di origine protetta: la Vastedda della Valle del Belice, ad oggi, è in attesa dell’audizione pubblica che consente di concludere la prassi amministrativa necessaria per la successiva pubblicazione della DOP sulla Gazzetta dell’Unione Europea.

Un’altra importante priorità riguarda sia l’aspetto del perfezionamento e miglioramento qualitativo del formaggio, sia la sua valorizzazione commerciale.

In merito a questi obiettivi, il Consorzio, di concerto con l’Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sicilia A. Mirri, ha istruito un progetto - supportato da fondi regionali - che si propone di realizzare programmi di ricerca scientifica applicata e di promozione del formaggio storico.

Il passo successivo sarà quello di costituire una società di commercializzazione in grado di spuntare prezzi migliori ed avere maggior potere contrattuale rispetto al singolo produttore. Occorrerà anche intervenire sul packaging: effettivamente il sottovuoto, previsto dalle istituzioni comunitarie, garantisce la conservabilità ma non è ideale per il mantenimento delle caratteristiche organolettiche della Vastedda.

⁹ Anno di costituzione del Presidio Slow Food.

¹⁰ Il prezzo di vendita all’ingrosso è di 8-9 Euro al Kg.

In merito a questa problematica, l'Assessorato Regionale all'Agricoltura ed alle Foreste sta concludendo un progetto di ricerca, in collaborazione con l'Istituto Sperimentale Lattiero-Caseario di Lodi, con l'obiettivo, da un lato, di individuare un confezionamento alternativo al sottovuoto e, dall'altro, di mettere a punto un protocollo di analisi per il riconoscimento nella Vastedda della presenza di latte bovino; altro elemento di decadimento della qualità complessiva del prodotto. I primi risultati sembrano evidenziare che sia la paraffinatura sia l'atmosfera modificata determinano una buona conservazione del prodotto, rispetto al sottovuoto, con l'ulteriore vantaggio che le prime due modalità di conservazione si prestano meglio per un packaging comunicativo che dia la giusta "dignità commerciale" al prodotto.

Un altro progetto interregionale a cui sta lavorando l'Assessorato Regionale, mira a mettere in rete le aziende agricole con le altre imprese del territorio ed, in particolare, con quelle ricettive e con la ristorazione. Nell'ambito di questo progetto l'Unità Operativa di Menfi è riuscita a stabilire un primo collegamento tra le aziende agricole che confezionano prodotti di alta qualità con alcuni ristoranti delle Terre Sicane: in questi ristoranti sono state previste delle esposizioni permanenti di prodotti tipici.

In conclusione bisogna ricordare che la Vastedda, oltre ad essere un formaggio storico (Decreto Assessoriale del 28 dicembre 1998 n. 4492) è anche un presidio Slow Food e come tale è stata presentata presso 33 punti vendita CoopItalia in Liguria e in Lombardia.

1.2.1. Disciplinare di produzione della Vastedda della Valle del Belice

La zona tradizionale di produzione della Vastedda della Valle del Belice è compresa nell'ambito del territorio dei Comuni di Calatafimi, Campobello di Mazara, Castelvetro, Salemi, Partanna, Santa Ninfa, Gibellina, Poggioreale, Salaparuta e Vita nella provincia di Trapani; Santa Margherita Belice, Menfi, Montevago, Caltabellotta e Sambuca di Sicilia nella provincia di Agrigento; Contessa Entellina nella provincia di Palermo.

Secondo quanto recita il disciplinare di produzione appositamente redatto dal Consorzio per l'acquisizione della DOP, il latte crudo di una sola munta o nella stagione fredda di due munte successive, viene filtrato mediante dei teli o setacci e versato nella *tina* di legno, in cui avviene la coagulazione con caglio di agnello o di capretto.

La giusta consistenza del coagulo, viene valutata saggiandola al tatto e osservando il siero che deve essere limpido. Dopo la coagulazione ed il rassodamento della cagliata, si procede alla rottura della massa che viene effettuata con un bastone di legno, la rotula. Questa fase porta ad ottenere grumi di cagliata molto piccoli e molto spurgati perché la sineresi spontanea è favorita dall'acqua calda aggiunta durante la rottura stessa. Cessata la rottura, i grumi si depositano sul fondo del recipiente e vengono agglutinati manipolando la massa caseosa con le mani. Separato il siero, con il quale si ottiene la ricotta dal gusto particolare, la massa caseosa, tagliata a quarti, è grossolanamente spurgata nella stessa tina dove è avvenuta la coagulazione. La massa estratta viene messa in canestri di giunco e pressata energicamente per favorirne l'ulteriore spurgo.

Il periodo di maturazione della pasta va dalle 24 ore alle 48 ore nella stagione fredda. I casari più esperti riescono a stabilire empiricamente e manualmente l'esatta maturazione della pasta facendo delle prove di filatura.

Raggiunta la giusta acidità, la pasta viene tagliata a fette in un recipiente in legno, in cui si aggiunge acqua molto calda, e lavorata con l'ausilio di una pala di legno (*cisca o vaciliatuma*), fino a quando il formaggio comincia a filare.

Tolta la pasta dalla scotta, si manipola in modo da ottenere una forma ovoidale plastica, liscia di colore bianco avorio. Questa forma viene deposta in piatti fondi ove, dopo essere stata rivoltata alcune volte, prende la caratteristica forma. Quest'ultima, avendo un contenuto acquoso modesto, rassoda rapidamente e, pertanto, si procede quasi immediatamente alla salatura. Questa viene condotta, in salamoia satura a temperatura ambiente, per un tempo di circa due ore. Segue, poi, l'asciugatura in locali freschi e moderatamente ventilati.

L'uso prevalente delle attrezzature storiche in legno, come la *cisca*, la *tina*, il *tavoliere* la *rotula*, il *bastone* e le *fiscelle di giunco* in associazione con l'esclusivo impiego del caglio in pasta di agnello o capretto - allevati nella zona e preparati con metodologie tradizionali - trasferiscono al formaggio una flora microbica ed un patrimonio enzimatico che conferiscono alla "Vastedda" pregevoli caratteristiche organolettiche distintive.

Il formaggio, che deve essere consumato fresco (dopo soli tre giorni dalla preparazione), si presenta delicatamente profumato con sentori di erbaceo e di vaniglia, con un sapore dolce acidulo ed un aroma di latte fresco che richiama quello delle essenze foraggiere tipiche della zona, come le graminacee e la valeriana.

La Vastedda della Valle del Belice, al pari di altri prodotti caseari freschi, è un eccellente fonte di principi nutritivi, soprattutto proteine, vitamine liposolubili e sali minerali (fosforo e calcio). Il suo contenuto proteico è superiore rispetto alla media di altri formaggi ovini freschi; ciò è dovuto alla sua particolare tecnica di lavorazione, che causa il dilavamento del grasso durante il processo di filatura della pasta e il conseguente aumento, a parità di peso, delle proteine presenti. Ciò determina una spiccata leggerezza del formaggio ed una maggiore digeribilità.

Ciascuna forma, il cui peso può variare tra i 500 ed i 1.500 grammi, si presenta con una crosta liscia di colore bianco avorio; la pasta bianca e compatta può avere qualche striatura dovuta alla filatura artigianale, l'occhiatura invece è assente o molto scarsa.

I.3. LA PROVOLA DEI NEBRODI

Il verde massiccio dei Nebrodi collocato tra il Vulcano Etna, i monti Peloritani, le Madonie ed il mar Tirreno, occupa la porzione centrale della catena montuosa settentrionale della Sicilia.

Il paesaggio naturale si caratterizza per i fitti boschi, per i numerosi laghi, per la notevole ricchezza della fauna e per gli abbondanti pascoli di alta quota; dove sin dai tempi più remoti si è praticato l'allevamento del bestiame.

Il paesaggio agrario invece, è contraddistinto nella fascia costiera dalla coltura degli agrumi. Gli uliveti ed i nocioleti predominano invece nella fascia collinare, mentre nella fascia montana troviamo i seminativi.

La storia di questi luoghi trova testimonianza nei borghi medievali, tra i ruderi dei castelli¹¹; nei *cùbburi*¹² per il ricovero dei pastori, tra le sculture marmoree del Gagini e le campane di bronzo¹³ di Tortorici.

In questo territorio, che comprende il parco naturale dei Nebrodi¹⁴, da novembre a luglio si produce la "Provola dei Nebrodi": formaggio a pasta filata ottenuto con latte vaccino crudo, utilizzando attrezzature tradizionali.

I primi riferimenti storici a questo tipo di formaggio risalgono al 1400 e si ritrovano nei calmieri¹⁵ per la vendita al minuto nei mercati delle principali città dell'Isola. Già allora la Provola era considerata un prodotto di pregio, tanto che in alcuni contratti di gabella, redatti fra il quattrocento ed il seicento, lo

¹¹ Il castello normanno di Mistretta e quello svevo-aragonese a Montalbano-Elicona.

¹² Piccole costruzioni rotonde in pietra a secco associate ad un recinto, anticamente utilizzati per il ricovero temporaneo dei pastori e degli animali e punto di riferimento per l'attività di caseificazione.

¹³ Tortorici è uno dei più grandi centri del comprensorio dei Nebrodi conosciuto per la presenza di numerose botteghe dove si custodisce, da tempi remoti, l'arte della fusione del bronzo e l'arte campanaria.

¹⁴ Istituito nell'agosto del 1993.

¹⁵ Calmiere: documento ufficiale che riporta i generi alimentari di più largo consumo.

troviamo elencato come uno dei generi da consegnare annualmente al gabellotto quale prezzo di affitto del fondo.

L'esercizio dell'agricoltura nel territorio dei Nebrodi è stato sempre assai difficile a causa di molteplici e concomitanti fattori negativi quali il clima freddo e le poche ed inadeguate vie di comunicazione. Sin dai tempi remoti ha trovato invece adeguato sviluppo l'attività zootecnica, che ha potuto sfruttare gli estesi pascoli montani. Già all'inizio del 1800 Paolo Balsamo¹⁶ citava, ad esempio, la fiorente economia pastorale del comprensorio. Circa sessant'anni più tardi Salamone¹⁷, ripercorrendo le sorti della zootecnia del territorio dei Nebrodi, confermava l'importanza di questa attività nell'800.

Il contesto produttivo interessato alla produzione della Provola dei Nebrodi conta 66.564 capi bovini – in prevalenza appartenenti alla razza Bruna che sta progressivamente sostituendo la Modicana – e 2.062 allevamenti di piccole dimensioni, come testimonia il basso numero di capi per azienda (32,2)¹⁸.

Nell'area di montagna¹⁹ prevale in genere l'ordinamento zootecnico specializzato, che utilizza il pascolo ed il sottobosco, mentre nell'area di collina²⁰ è largamente diffuso l'ordinamento cerealicolo-zootecnico che utilizza le foraggiere avvicendate.

Alla disponibilità dei pascoli permanenti fa, tuttavia, riscontro un notevole sovraccarico di bestiame che genera, oltre al degradamento della cotica erbosa, anche gravissimi danni alle superfici boscate limitrofe. Molte imprese della zona in esame, non disponendo di una base aziendale capace di soddisfare le esigenze dell'allevamento, ricorrono all'affitto di terreni pascolativi e all'affitto

¹⁶ Paolo Balsamo "Memorie Inedite di pubblica economia ed agricoltura" – Salvatore Sciascia Editore Caltanissetta – Roma 1983 – ristampa.

¹⁷ Gaetano Salamone "Manuale teorico-pratico dell'agricoltura e pastorizia".

¹⁸ Fonte: Istat, Censimento Generale dell'agricoltura - anno 2000. Dati relativi alla provincia di Messina, la più interessata alla produzione della Provola.

¹⁹ Nei territori di Cesarò, Capizzi, Cerami, Tortorici.

²⁰ Nei territori di Mistretta, Caronia, Alcara li Fusi, Castel di Lucio, Floresta.

di erbai. Nella zona è inoltre possibile utilizzare a pascolo terreni di proprietà demaniale.

In merito alla struttura produttiva, accanto agli allevamenti più razionali provvisti di appositi ricoveri per gli animali e di regolare diritto a produrre, ci sono quelli basati su un sistema pastorale arcaico: recinti rudimentali ed insoddisfacenti condizioni igienico-sanitarie. Molte aziende inoltre, pur detenendo esclusivamente vacche nutrici, sono solite vendere il latte prodotto ed i suoi derivati fuori da ogni tipo di controllo, operando così una concorrenza sleale nei confronti di quelle aziende in regola con i requisiti di legge.

E' importante notare però come, negli ultimi anni, alcune imprese del settore abbiano manifestato una certa tendenza a costruire una base produttiva ed aziendale più stabile, attraverso la razionalizzazione delle stalle e delle strutture di trasformazione e l'acquisto di quote latte e di superfici a pascolo o piccole porzioni di seminativi.

I prodotti dell'allevamento sono rappresentati oltre che dalla Provola, dal pecorino, dalla ricotta e dalla produzione del vitello.

La produzione annuale stimata della Provola dei Nebrodi, si attesta intorno alle 100 tonnellate. Le aziende che nella zona producono il formaggio secondo tradizione sono circa 10, anche se un numero imprecisato di caseifici ha fatto un uso improprio del termine "formaggio storico", commercializzando un prodotto dalle caratteristiche ben diverse da quelle della Provola tradizionale: si tratta infatti di una tipologia casearia prodotta utilizzando esclusivamente attrezzature in acciaio e latte trattato termicamente, proveniente prevalentemente da allevamenti ubicati nella provincia di Ragusa o addirittura impiegando semipreparati di importazione estera²¹.

Allo scopo di scongiurare la diffusione dei prodotti di imitazione e promuovere la "vera" Provola, la Slow Food in collaborazione con le Unità

²¹ Tuma congelata proveniente dalla Germania.

Operative locali e l'Università di Catania, nel 2001, ha istituito il presidio della Provola dei Nebrodi. Il movimento della chiocciolina si sta impegnando non solo per far conoscere la Provola dei Nebrodi ai consumatori di tutta Italia, in particolare ai ristoratori ed ai selezionatori (la provola è stata oggetto di importanti promozioni presso 26 punti vendita CoopItalia in Liguria e Lombardia), ma anche per definire e migliorare le numerose varianti produttive della provola e per incentivare la produzione e quindi la commercializzazione della provola stagionata: il prodotto fresco infatti ha già un maggiore apprezzamento commerciale.

I produttori che nel 2004 hanno aderito al presidio sono stati in tutto 10 e, sempre nello stesso anno, sono state vendute 20 tonnellate di prodotto stagionato (oltre i 30 giorni) circa 10 tonnellate in più rispetto al 2001, anno in cui è stato istituito il presidio.

A tale aumento del venduto è corrisposta anche una crescita nei prezzi praticati: al momento della costituzione del presidio, la Provola dei Nebrodi era venduta a poco più di 2 euro al kg, mentre nei tre anni di attività della Slow Food il prezzo medio ha segnato un significativo incremento, raggiungendo i 10 Euro/kg.

Questi risultati premiano la ricerca della qualità e gli sforzi compiuti per recuperare un prodotto che rischia di perdere la visibilità nel panorama dei formaggi siciliani a causa della forte concorrenza operata, appunto, dai formaggi di imitazione.

Un'altra iniziativa che muove i primi passi riguarda il Consorzio Terre dei Nebrodi, il quale si propone di operare su diverse linee: quella lattiero-casearia, che comprende la Provola dei Nebrodi ed il Maiorchino; quella zootecnica, della quale fa parte il Suino Nero dei Nebrodi, e quella turistica che collega l'offerta in tema di ristorazione e ospitalità su tutto il territorio dei Monti Nebrodi. Il Consorzio si occuperà in prospettiva anche del controllo sulla produzione.

In merito alle “cose da fare” a favore della Provola, il Consorzio prevede la creazione di una società di commercializzazione che organizzi l’offerta e distribuisca il prodotto caseario con il marchio Terre dei Nebrodi. È stata progettata ed adottata anche una strategia di vendita che prevede: una provola di “fascia A” prodotta da maggio a luglio e da ottobre a dicembre e venduta a 10-11 Euro/kg; e una provola di “fascia B”, ideale per il consumo fresco, prodotta da gennaio ad aprile e da agosto a settembre e venduta a 8-9 Euro/kg.

Il ruolo della società di commercializzazione sarà fondamentale per lo sviluppo di un canale di vendita più redditizio e su piazze (centro e nord Italia) che permettano di spuntare prezzi maggiori. Queste iniziative si inseriscono in una visione prospettica a lungo termine; poiché, ad oggi, i modesti volumi prodotti non consentono di affrontare mercati lontani

1.3.1. L’areale di produzione e la tradizionale preparazione della Provola dei Nebrodi

La Provola dei Nebrodi ha le sue origini nella zona di Floresta e si è successivamente diffusa nelle aree limitrofe: Ucria, Montalbano, Elicona, Basicò, Patti, Tortorici, San Pietro Patti, Librizzi, Galati Mamertino, Alcara Li Fusi, Roccella, Valdemone, Tripi, Mirto, Longi, Castell’Umberto, S. Teodoro, Naso, Caronia, S.Fratello, Cesarò, Capizzi, Mistretta, Castel di Lucio, Tusa, Pettineo, S. Stefano di Camastra, Motta D’Affermo nella provincia di Messina e Randazzo nella provincia di Catania.

La caseificazione avviene una volta al giorno, aggiungendo al latte della sera quello munto al mattino. Il latte, che non subisce alcun trattamento termico, viene filtrato attraverso un telo o setaccio e versato in una *tina* di legno in cui viene aggiunto il caglio di agnello o di capretto, secondo un dosaggio basato sulla personale esperienza del casaro.

Dopo che la cagliata viene rotta con la *rotula* e portata alle dimensioni di un chicco di riso, la massa caseosa detta “tuma” si lascia sedimentare: la raccolta e

coartazione dei grumi residui, ancora sparsi e separati dalla massa, viene coordinata manualmente, girando abilmente un bastone di legno chiamato *manuvedda* attorno alle pareti della *tina*. La tuma, così separata dal siero, viene tagliata in quattro pezzi con il tipico *cuteddu da tuma*, per agevolarne il prelievo dalla *tina*. Il siero invece viene separato dalla tuma con la *cisca* (secchio in legno) e versato nella *quaddara* (recipiente in rame stagnato che serve per la produzione della ricotta).

La tuma intanto viene posta a riposare sulla *cannara* (ripiano di canne) per favorirne lo spurgo. Dopo circa un'ora il casaro rimette il formaggio nella *tina*, coprendolo con la scotta calda residua dalla preparazione della ricotta contenente una certa quantità di siero inacidito.

Questa fase di acidificazione sotto scotta, ha una durata variabile, in funzione dei fattori ambientali e climatici. Successivamente la pasta acidificata, posta sul *tavuleri*, viene pressata in modo da unire i quattro pezzi. Tradizionalmente, la pasta così ottenuta, si appende, fino al giorno seguente, su un bastone di legno, in modo da favorire l'ulteriore spurgo.

Dopo circa 24 ore la tuma, tagliata a fette, viene posta nel *piddiaturi* (recipiente in legno di forma tronco-conica, alto circa 50 cm.) e ricoperta di scotta calda per favorirne la filatura. Le listarelle di tuma si lavorano con la *manuvedda* in modo da favorire la loro saldatura fino a formare un grosso gomito plastico che si farà stirare appendendolo a cavallo della *manuvedda* posta orizzontalmente sul *piddiaturi*.

La pasta filata stirata viene tagliata in porzioni corrispondenti ciascuna ad una provola, che in seguito saranno immerse nella scotta calda perché si ammorbidiscano ulteriormente.

Ogni porzione di pasta viene modellata riunendo i lembi verso l'interno (*accuppatina*), così da conferirgli una forma sferica. Successivamente si preme nella parte media superiore, strozzando e sfilando verso l'alto con il palmo della mano, così da formare una specie di collo.

L'operazione manuale che i casari compiono per dare alla provola la caratteristica forma a pera è considerata una vera e propria arte. La provola così ottenuta viene bagnata con acqua fredda e immersa in una salamoia satura a temperatura ambiente.

Dopo la salatura le provole a coppie *pennule*, vengono legate con un filo di rafia ed appese a cavallo di una pertica e lasciate riposare in un luogo fresco e ventilato. La stagionatura ha una durata variabile da dieci giorni fino ad un mese per il prodotto fresco, di 3-4 mesi per il semistagionato ed oltre per lo stagionato.

La Provola dei Nebrodi è un formaggio a pasta filata dalla forma tipica, oblunga, a pera, sormontata da un breve collo con la testa arrotondata; il peso di ciascuna forma può variare da 1-1,5 kg per il prodotto fresco a 5-5kg per quello semistagionato o stagionato. Si presenta con una crosta sottile, liscia di colore crema tendente al paglierino, che diventa giallo-dorato a stagionatura avanzata.

La pasta è morbida e compatta di colore bianco-avorio, che con la stagionatura tende al giallo ambrato. Il profilo aromatico delicato con sentori di burro e di latte che con l'avanzare della stagionatura tende ad assumere gli odori dei locali di stagionatura. Il sapore dolce, leggermente acidulo, tende al piccante a stagionatura avanzata.

L'autentica Provola dei Nebrodi pesa dai tre ai quattro chili e può affrontare una lunga stagionatura che si può protrarre oltre l'anno. Nelle provole così stagionate la pasta caseosa inizia a fessurarsi, distaccandosi; tanto da meritare la definizione di "Provola Sfoglia".

Nella zona dei Nebrodi è usanza apportare delle varianti alla produzione della provola: mettendo nell'anima della provola del burro oppure un limone verdello intero, che conferirà al prodotto stagionato il caratteristico profumo dell'agrume. Un altro particolare curioso riguarda la tradizione, che risale all'800, di destinare porzioni di tuma alla produzione dei caci figurati, provolette a forma di animali, specialmente cavalli, gallinelle e cerbiatti.

I.4. IL MAIORCHINO

La zona montuosa dove si incontrano le catene dei Nebrodi e dei Peloritani descrive un paesaggio ricco di intensa vegetazione e di un fitto manto boschivo (faggete, castagneti, noccioleti) con rocce verdeggianti che scendono a picco sul letto di brevi corsi d'acqua. In questo territorio i pascoli montani, per via della purezza e della fresca temperatura dell'ambiente, sono ricchi di rare essenze foraggere spontanee che costituiscono una delle più importanti risorse della zona.

La storia di questi luoghi passa attraverso i resti di insediamenti greco-romani, bizantini e musulmani²², per poi identificarsi nei borghi medievali scoscesi, nelle chiese barocche, nei conventi, nelle vecchie e signorili abitazioni, e nel castello normanno sul Colle Mankarruna²³.

Caratteristiche di queste zone sono anche le “neviere” o “fosse della neve”, costituite da grandi buche scavate nel terreno che, durante il periodo invernale, fino a qualche tempo fa, venivano utilizzate per conservare la neve da utilizzare nella stagione estiva per gli usi aziendali e per il raffreddamento dei cibi e delle bevande.

In questo territorio, da febbraio fino alla seconda decade di giugno, si produce il “Maiorchino”: un formaggio pecorino a pasta dura, prodotto con latte crudo di pecora della razza Pinzirita a cui tradizionalmente si aggiunge il latte caprino della razza Messinese, utilizzando complesse tecniche di lavorazione tramandate di generazione in generazione.

Il Maiorchino, si distingue dagli altri pecorini siciliani per le sue caratteristiche organolettiche uniche e per l'eccezionale dimensione delle forme.

²² Dominazioni che si succedettero su questa terra fino all'avvento dei Normanni.

²³ Dimora di svago di Federico II, realizzato da maestranze arabe.

Queste ultime difatti possono raggiungere i 35 centimetri di diametro ed i 12 di scalzo e non pesano meno di 10 kg raggiungendo, a volte, anche i 18 kg. Proprio queste eccezionali dimensioni della forma consentono al formaggio di affrontare una lunga stagionatura che da un minimo di 8 mesi può arrivare anche ai 24 mesi.

Le ipotesi sulle origini di questo formaggio sono numerose: alcuni studiosi le fanno risalire al 1600 collegandole al “gioco della maiorchina” che, ancora oggi, si rinnova ogni anno nei comuni di Novara di Sicilia e di Basicò. Secondo questo gioco, durante il carnevale, i pastori si sfidano facendo ruzzolare, lungo le strade principali del paese, delle forme di formaggio avvolte da una sottile corda. La sfida nasce dal presupposto serissimo di dimostrare pubblicamente che il proprio Maiorchino è talmente stagionato e benfatto, che corre più degli altri ed arriva perfettamente integro in fondo alla discesa.

Altre fonti invece, fanno risalire la nascita di questo formaggio ai tempi in cui nell’insediamento originario si adoravano gli dei pagani (in particolare Cerere), ai quali venivano offerti in dono i prodotti della terra.

Nella maggioranza dei dizionari siciliani consultati, il termine Maiorchino viene associato ad un formaggio proveniente da Maiorca, isola delle Baleari; teoria che potrebbe essere accettata facilmente considerando che gli spagnoli esercitarono il loro dominio sulla Sicilia per circa 400 anni.

Secondo altri, invece, il termine deriverebbe da una antica varietà di frumento, la “Maiorca”: un tempo infatti la migliore produzione casearia coincideva appunto con la mietitura precoce (maggio-giugno) della Maiorca. Quest’ultima viene considerata da illustri studiosi del settore, per l’antichità della sua introduzione in Sicilia, “varietà indigena” e non spagnola. Pertanto, anche il formaggio, pur possedendo una denominazione che è connessa alla Spagna, potrebbe non avere obbligatoriamente un legame con essa.

Indipendentemente dalle ipotesi finora esposte, che rimandano a tempi lontanissimi, del Maiorchino si conserva traccia certa in quotidiani locali degli

anni 1922 e 1923. Inoltre, le tecniche di produzione tradizionali sono state illustrate in maniera esaustiva nel libro di Carmelo Campisi “Pecore e pecorini della Sicilia” del 1933.

Purtroppo, con il passare del tempo, questa eccellenza casearia ha rischiato di scomparire: proprio le nuove disposizioni normative in materia di igiene e sicurezza delle produzioni animali, unitamente alla complessa lavorazione richiesta per la preparazione del Maiorchino, hanno spinto molti pastori ad abbandonarne la produzione.

Al momento in cui si scrive infatti sono soltanto 10 le aziende (non tutte in produzione) interessate alla produzione del Maiorchino. Queste ultime fanno riferimento ad una mandria di circa 15 mila capi tra ovini e caprini: i primi appartengono prevalentemente alle razze Pinzirita, Barbaresca e Messinese, i caprini invece, sono rappresentati soprattutto dalla razza Argentata dell’Etna.

Nel comprensorio di riferimento l’allevamento ovino, associato per tradizione a quello caprino, è sostanzialmente di tipo estensivo: si tratta di allevamenti bradi e transumanti, caratterizzati dalla utilizzazione di pascoli pubblici e/o privati, in cui la base aziendale è limitata, in genere, al solo ricovero entro recinti realizzati con reti metalliche e legname. L’alimentazione è costituita prevalentemente da magri pascoli (essenze tabulari del sottobosco). Soltanto nei mesi più freddi le greggi, che non si spostano nei pascoli a più bassa altitudine, vengono alimentati con fieno e scarse quantità di concentrati, generalmente costituiti da fave.

I prodotti dell’allevamento sono rappresentati dal latte, dai formaggi e dalla carne. Il latte prodotto viene, in prevalenza, trasformato in azienda dove le strutture per la caseificazione, in molti casi, presentano condizioni igieniche non perfettamente in linea con le prescrizioni normative.

E’ importante notare come, in questi ultimi anni, le aziende interessate a proseguire la tradizione del Maiorchino stiano muovendo i primi passi verso la riqualificazione delle strutture per il ricovero degli animali, la razionalizzazione

delle fasi di mungitura e l'adeguamento dei caseifici alle rinnovate esigenze di igiene e sicurezza.

Nel 2001 queste aziende hanno aderito al Consorzio per la tutela e la valorizzazione del Maiorchino di Novara di Sicilia. Il Consorzio, coadiuvato dalla Slow Food²⁴, dal Co.R.Fi.La.C. (Consorzio di Ricerca dalla Filiera Lattiero-Casearia di Ragusa) e dalla Unità Operativa di Giampileri, si è impegnato in una vivace attività di promozione del formaggio, che ha portato ad un incremento significativo della produzione che, nel 2004, ha raggiunto le 10 tonnellate e del prezzo di vendita (15 euro al chilo).

Il Consorzio in particolare, si propone come obiettivo quello di incentivare lo sviluppo, la valorizzazione e la razionalizzazione della produzione e della commercializzazione del formaggio Maiorchino, migliorando le condizioni economiche, sociali e culturali dei consorziati.

Il primo passo verso il raggiungimento di questi obiettivi ha riguardato il conseguimento del riconoscimento di prodotto tipico, con la registrazione del marchio presso il Ministero delle Attività produttive e la Camera di commercio di Messina: al momento in cui si scrive si sta procedendo alla marchiatura delle prime forme. Un'altra iniziativa in corso concerne la realizzazione, attraverso l'utilizzo dei fondi di "Agenda 2000", di un caseificio e di un magazzino consortile.

Inoltre, il Consorzio sta lavorando per la valorizzazione qualitativa e commerciale del formaggio Maiorchino attraverso un programma formativo-informativo rivolto a tutti i consorziati ed un'attenta attività di ricerca dei mercati di sbocco, sostenuta da un'azione di promozione del prodotto sia nel mercato interno che in quello di esportazione.

In futuro, il Consorzio prevede di organizzare la commercializzazione dei prodotti dei consorziati anche attraverso la gestione di punti vendita collettivi.

²⁴ La Slow Food ha curato la presentazione del Formaggio Maiorchino al Salone del Gusto a Torino e al Cheese di Bra.

1.4.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Maiorchino

La produzione del Maiorchino ha le sue origini a Novara di Sicilia, e si è successivamente diffusa nelle aree limitrofe: Fondachelli Fantina, Basicò, Tripi, Mazzarà S. Andrea, Montalbano Elicona e Santa Lucia del Mela.

Secondo la tradizionale tecnica di preparazione, il latte ovino appena munto, mescolato con il latte di capre (il 30%), viene versato nella caldaia²⁵ – chiamata *codà, codara o quadara* – filtrandolo attraverso un telo o un setaccio. Al latte viene aggiunto il caglio in pasta di agnello o di capretto. Dopo la coagulazione e l'indurimento della cagliata, il coagulo viene rotto con l'ausilio di un bastone, "*brocca*", fino ad ottenere granuli molto piccoli delle dimensioni paragonabili ai semi di miglio.

Segue la fase di cottura, condotta agitando continuamente i granuli di cagliata. Successivamente la caldaia si toglie dal fuoco, si appoggia a terra in posizione obliqua ed il suo contenuto si fa riposare per facilitare la sedimentazione della massa caseosa sul fondo. Questa massa viene raccolta, in genere, con l'ausilio di un telo e viene riposta in una fascera di legno chiamata "*garbua*"²⁶, che viene poggiata su un piano di legno "*mastrello*".

Segue, la fase di spurgo che viene facilitata praticando piccoli fori nella pasta con sottili aghi di legno o ferro detti "*minacini*", e pressando delicatamente con le mani in prossimità dei fori.

Terminata questa fase, che richiede molto tempo e pazienza, la forma viene trasferita nel recipiente contenente la scotta residua della ricotta, dove si lascia riposare fino al raggiungimento del ph ottimale.

²⁵ Recipiente di rame stagnato di forma tronco-conica.

²⁶ La *garbua* può essere rappresentata da un cerchio di legno rigido, ricavato da un setaccio per la farina o, più spesso, da una striscia di corteccia di albero.

Il Maiorchino, tolto dal siero, viene poi nuovamente forato e pressato in modo da ultimare lo spurgo. Dopo questa operazione si versa dell'acqua fresca per raffreddare e lavare il formaggio e poi si lascia riposare per 24 ore.

Dopo la fase di riposo, la forma viene estratta dalla *garbua* e lasciata asciugare per circa 48 ore.

Non appena il formaggio comincia a fermentare (maturare), si procede alla salatura, praticata a secco per 10/15 giorni ed infine si fa stagionare in locali in pietra interrati, freschi e umidi, dotati di scaffali in legno.

Durante i primi 2 mesi di stagionatura, il formaggio va pulito, strofinato e rivoltato; dal terzo mese in poi viene trattato con olio di oliva²⁷.

Grazie alla massa imponente e alla tecnica di caseificazione, questo formaggio si presta alla lunga stagionatura. Il Maiorchino infatti, quando è giovane, presenta sensazioni meno intense, dominate dal vello e da sentori di latticello, ma quando supera l'anno di stagionatura i profumi di burro, mele mature ed erba verde, diventano persistenti e netti. Il sapore è delicato, tendente al piccante.

Il formaggio si presenta di forma cilindrica, la crosta liscia è di colore giallo ambrato che diventa marrone con l'avanzare della stagionatura, la pasta è di colore giallo pallido, la consistenza è compatta.

²⁷ Le forme vengono oleate ogni quattro-cinque giorni per almeno cinque mesi.

I.5. LA PROVOLA DELLE MADONIE

Il complesso montuoso delle Madonie, disposto centralmente a nord dell'Isola, si estende su una superficie pari a circa il 12% dell'intera superficie della Sicilia e annovera al suo interno le cime più alte (fatta eccezione per il vulcano Etna) ed anche quelle di più antica formazione. Le Madonie effettivamente sono state le prime ad emergere dalle acque del Mediterraneo come conseguenza di quei movimenti tettonici che portarono in seguito alla formazione dell'Isola.

La presenza del Parco naturale delle Madonie, istituito nel 1989 contraddistingue il paesaggio naturale, mentre la coltura del grano e dell'ulivo caratterizzano il paesaggio agrario. Il pascolo, invece, si estende su tutto il territorio madonita, localizzandosi soprattutto nella zona a corona o frammisto al bosco.

In questo comprensorio l'agricoltura e l'allevamento sono attività di antica tradizione ed hanno contribuito inequivocabilmente alla caratterizzazione del paesaggio e della cultura endemica della zona.

La storia di queste terre è raccontata dalle rocche e castelli, dalle chiese medievali, quattrocentesche e barocche, dalle opere del Gagini e dalla famosa collezione di libri dell'insigne naturalista ottocentesco Minà Palumbo.

In questo territorio, durante tutti i mesi dell'anno, nei caseifici aziendali viene prodotta la Provola delle Madonie: un formaggio a pasta filata, ottenuto con latte vaccino intero crudo e con eventuali integrazioni di latte ovino e/o caprino. La tradizionale tecnica di caseificazione di questo formaggio è illustrata sia da Mario Giacomarra ("I pastori delle Madonie" Stass, Palermo, 1983) che da Antonio Uccello ("Bovari, pecorari, curatuli" Cultura casearia in Sicilia, Stass, Palermo, 1980), sebbene i riferimenti più antichi risalgono al XIV

secolo, e sono riscontrabili nei calmieri imposti per le vendite al minuto nei mercati dell'epoca.

Gli allevamenti zootecnici nel comprensorio madonita rappresentano una delle principali attività connesse all'agricoltura e sono collegate alla disponibilità foraggera proveniente dall'avvicendamento nel seminativo, dalla superficie a pascolo e dalla utilizzazione del sottobosco.

Secondo i dati Istat relativi al Censimento del 2000, nei comuni interessati alla produzione della Provola delle Madonie si contano 43 mila capi bovini, 32 mila caprini e 90 mila ovini. Le principali razze bovine allevate sono la Bruna, la Modicana e la Cinisara, mentre il latte ovino e caprino proviene rispettivamente dalla Comisana e da razze meticcie. Il tipo di allevamento più diffuso è quello semibrado e brado; solamente nei pressi dei centri abitati e nelle zone arboricole si può riscontrare l'allevamento stabulato.

I prodotti dell'allevamento sono prevalentemente latte, formaggio e carne. Il latte prodotto viene trasformato in provole, pecorini e canestrati prevalentemente nei caseifici aziendali.

Accanto alle aziende che nella zona producono la Provola tradizionale nel rispetto della normativa igienico-sanitaria si rileva la presenza di allevatori che svolgono la propria attività in condizioni di arretratezza strutturale nonché culturale. Inoltre, la scarsa disponibilità di quote latte e l'impossibilità economica di acquistarle, rende difficoltoso il tentativo di riqualificazione.

Questi produttori, che non hanno regolarizzato la propria attività, operano sul mercato una concorrenza sleale nei confronti di quelle realtà aziendali che credono nella valorizzazione della Provola delle Madonie attraverso la salubrità dei caseifici e delle stalle, la qualità costante del latte e del formaggio e la tracciabilità del prodotto.

Nel 2002, allo scopo di conservare e valorizzare questa eccellenza casearia è stato istituito il presidio Slow Food della Provola delle Madonie. Dal primo anno di formazione del presidio ad oggi (2005) il numero di aziende coinvolte è

passato da 4 unità a 9, la produzione invece ha segnato un incremento pari al 25%, passando da 103 tonnellate (pari a circa 90 mila forme prodotte) del 2002 a 129 tonnellate (pari a circa 95 mila forme) del 2004²⁸. Per quanto riguarda infine i prezzi di vendita della Provola: ad oggi il prodotto fresco viene commercializzato a 6,50 Euro/kg, mentre quello stagionato a 10-12 Euro/kg.

1.5.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione della Provola delle Madonie

L'area di produzione della Provola delle Madonie coincide con tutta la fascia montana e pedemontana delle Madonie, comprendendo uno dei territori più ricchi di biodiversità d'Italia, tutelato e protetto dall'omonimo Parco Naturale Regionale. Nell'ambito di questo areale sono compresi i territori amministrati dai comuni di Gangi, Geraci Siculo, San Mauro Castelverde, Resuttano, Alimena, Bonpietro; Blufi, Petralia Soprana e Sottana, Castellana Sicula, Polizzi Generosa, Scillato, Caltavoturo, Campofelice di Roccella, Cefalù, Collesano, Gratteri, Isnello, Lascari, Pollina e Castelbuono: tutti ricadenti nella provincia di Palermo.

Secondo il procedimento tradizionale di preparazione delle Provole, il latte bovino intero crudo, proveniente da una o due mungiture consecutive, viene mescolato con latte ovi-caprino (in quantità non superiore al 20%) e, previa filtrazione a mezzo di un telo, viene versato nella tradizionale *tina* di legno.

Successivamente all'aggiunta del caglio di capretto o di agnello ed alla coagulazione del latte, si procede alla rottura della cagliata con l'ausilio della *rotula*: un bastone di legno alla cui estremità vi è inserita una ruota di legno circolare piena o convesso-concava. La rottura avviene energicamente sino a raggiungere le dimensioni di chicchi di grano.

²⁸ Fonte: Distretto Madonie Unità Operativa 91 di Petraia Sottana

Dopo che la cagliata si è depositata nel fondo del tino il casaro, avvalendosi di una sorta di mestolo molto grande con la base convessa detto *buzinettu*, preme la tuma al fine di facilitarne lo spurgo. Quest'ultima quindi viene lasciata riposare nella *tina* per il tempo necessario alla preparazione della ricotta, e poi viene scottata con il siero.

La massa, una volta tolta dalla *tina*, viene avvolta nei teli e posta a spurgare e maturare in appositi *tavolieri*, al fine di consentire la conseguente fermentazione lattica. La durata della maturazione della pasta varia dalle 18 alle 24 ore in relazione alla temperatura ambiente.

Dopo avere verificato il giusto grado di maturazione, la tuma viene tagliata a fette di 1 centimetro circa e posta in tini di legno o acciaio detti *piddiaturi*, previa aggiunta di acqua calda. Quindi con l'ausilio di un'apposita attrezzatura la pasta viene filata facendole assumere la forma di un grosso gomitollo, che viene pressato per permettere la fuoriuscita del siero e dell'aria.

Conclusa questa ulteriore fase, la pasta viene tagliata manualmente in pezzi in relazione al peso della provola che si vuole ottenere, e quindi, lavorata artigianalmente dalle mani esperte di casari locali, che gli conferiscono la caratteristica forma a pera, detta *incuppatina*, sormontata da un breve collo con la testa rotondeggiante.

Il procedimento di lavorazione si conclude con un blando rassodamento in acqua fredda delle forme ottenute.

La salatura delle provole avviene per immersione in salamoia satura per 18-24 ore per kg di prodotto.

Ultimata la salatura, le provole vengono legate a due a due e poste a stagionare, a cavallo di un supporto orizzontale, in appositi locali ricavati all'interno dell'azienda stessa, ad una temperatura di circa 15°C e un'umidità intorno al 70%. Per il prodotto commercializzato fresco la stagionatura dura almeno 10 giorni, mentre per le provole stagionate il periodo minimo è di 3-4 mesi.

La provola delle Madonie è un po' più schiacciata e panciuta della Provola dei Nebrodi e può essere ottenuta anche con l'utilizzo del latte ovi-caprino in aggiunta a quello bovino.

Si presenta delicatamente profumata con sentori lattei, con un sapore dolce o forte a seconda della stagionatura.

Ciascuna forma, il cui peso può variare tra 1 e 1,2 kg o più (se destinata ad una lunga stagionatura) presenta una crosta liscia e sottile di colore giallo paglierino tendente al giallo ambrato con l'avanzare della stagionatura. La pasta, compatta, morbida e plastica, è di colore bianco avorio tendente al paglierino.

I.6. IL FIORE SICANO

Le riserve naturali del “Monte Genuardo e S. Maria del Bosco”, del “Monte Geraci” e dei “Monti di Palazzo Adriano e Valle del Sosio”, con le loro peculiarità floro-faunistiche, caratterizzano l’ambiente naturale del comprensorio dei Monti Sicani, che si estende su di una superficie di circa 110 mila ettari nella parte centro-occidentale della Sicilia.

Il frumento, l’olivo ed il pesco, insieme ai pascoli delle aree collinari e montane, disegnano il paesaggio agrario punteggiato dai caratteristici “pagghiari”²⁹.

In questo comprensorio, soprattutto in quelle zone dove non è possibile praticare altre colture, la zootecnia vanta una tradizione molto antica: già nel 500 a.C i Sicani esportavano ad Atene grandi quantità di formaggio insieme ad altri prodotti come pelli, vino e carni.

Proprio i resti degli insediamenti sicani³⁰, i borghi nati da antichi casali arabi, le chiese decorate da stucchi di scuola serpottiana e l’architettura bizantina, raccontano la storia di questi luoghi.

In questo territorio si produce il Fiore Sicano, l’unico formaggio vaccino prodotto in Sicilia, caratterizzato da una pasta molle e dalla presenza di muffe autoctone che si sviluppano grazie al particolare microclima dei locali di stagionatura seminterrati, costruiti in pietra calcarea.

²⁹ Il “pagghiaru” rappresenta una delle più interessanti testimonianze dell’archeologia rurale siciliana. Può definirsi il tipo arcaico della casa contadina; è costituito da una capanna sistemata sopra una primitiva base in muratura a secco, al suo interno si trovano spazi per cucinare, riposare e per il ricovero di alcuni animali.

³⁰ Si ritiene che i Sicani siano stati i primi abitanti della Sicilia. Timeo e Diodoro Siculo li ritengono d’origine autoctona attribuendo la loro origine lungo il fiume Salso o Sicano. Diodoro Siculo li descrive come un popolo che viveva in villaggi collocati nelle più alte ed aspre montagne per sfuggire alle razzie dei pirati. All’inizio occupavano gran parte del territorio dell’isola, ma successivamente all’eruzione dell’Etna, abbandonarono le parti orientali dell’Isola, spostandosi in quelle occidentali.

Con l’arrivo dei Greci e dei Fenici, la popolazione sicana si ritirò sulle gioaie montuose, arrivate fino ai nostri giorni con toponimo di Monti Sicani.

Così come la Vastedda della Valle del Belice, anche l'origine del Fiore Sicano è legata al caso: si racconta che un casaro, avendo dovuto, per un imprevisto, lasciare a metà la lavorazione del canestrato, al suo ritorno si accorse che il risultato finale era compromesso. Non avendo cuore di gettare via il formaggio, prese la tuma e la mise da parte, dimenticandosene.

Dopo qualche tempo, il formaggio si ricoprì di muffe, allora il casaro, prima di buttarlo, volle assaggiarlo e con sorpresa riscontrò che aveva un sapore insolito, ma buono. Di tanto in tanto, quindi, ritornava a preparare il formaggio secondo il nuovo procedimento.

La produzione tradizionale del Fiore Sicano purtroppo è stata abbandonata ormai da qualche tempo: difatti nessuna azienda commercializza formaggi con etichetta "Fiore Sicano".

Attualmente alcune aziende (circa tre) producono dei formaggi simili alla tipologia casearia "Fiore Sicano" descritta nel D.A. del 28 dicembre 1998 (sul riconoscimento dei prodotti a base di latte come prodotti storici fabbricati tradizionalmente), ma che vengono commercializzati con nomi di fantasia, poiché ottenuti con latte termizzato ed utilizzando fermenti lattici ed attrezzature in acciaio³¹.

Secondo i dati forniti dall'Unità Operativa di Lercara Friddi, nel 2004 sono state prodotte circa 20 tonnellate di formaggio, pari a circa 15 mila forme, commercializzate prevalentemente nel mercato locale ad un prezzo di 9 Euro³² al chilo.

Il sistema zootecnico del comprensorio dei Monti Sicani è concentrato maggiormente nelle zone montane dei comuni di Castronovo di Sicilia, Cammarata, Prizzi, Palazzo Adriano, Santo Stefano Quisquina e San Giovanni Gemini.

³¹ Nel prosieguo del lavoro si farà, comunque, riferimento a questo formaggio con la definizione di Fiore Sicano.

³² Prezzo al dettaglio.

Il numero di aziende con allevamenti bovini è di 903 unità ed il patrimonio zootecnico è costituito da circa 23 mila capi, con un numero medio di capi per azienda pari a 25 unità. I capi allevati sono prevalentemente della razza Modicana, Bruna e Frisona.

Il sistema di allevamento adottato è di tipo brado o semibrado, che sfrutta le caratteristiche vegeto-produttive della flora presente nel territorio, specie quello boschivo.

L'alimentazione dei bovini in genere è costituita da foraggio fresco che, nel periodo di magra, viene integrato con fieno e mangimi concentrati. L'indirizzo produttivo degli allevamenti è orientato verso la produzione di latte, formaggi (caciocavallo, Provola Siciliana, Fiore Sicano, Tuma persa) e carne.

I caseifici, in prevalenza di tipo aziendale, presentano impianti obsoleti e non perfettamente in linea con gli orientamenti della nuova normativa vigente.

Negli ultimi anni, tuttavia, sono stati compiuti dei progressi per ciò che concerne la razionalizzazione degli allevamenti e degli impianti di mungitura e in merito all'adeguamento delle strutture casearie alle norme igienico-sanitarie cogenti.

Anche in questo comprensorio non mancano le iniziative volte alla valorizzazione commerciale dei prodotti degli allevamenti. In particolare il progetto "Le vie dei Formaggi", realizzato dalla Regione Siciliana attraverso l'Unità Operativa di Lercara Friddi, intende promuovere e valorizzare la produzione casearia tradizionale del territorio dei Monti Sicani.

Alle "vie dei Formaggi" hanno aderito 6 aziende ubicate nei territori dei comuni di Vicari e Castronovo di Sicilia. Queste ultime si sono rese disponibili, con l'ospitalità tipica degli ambienti rurali siciliani, ad un rapporto più diretto con i consumatori, che supera il semplice acquisto di un formaggio e arricchisce il visitatore attraverso la conoscenza dei diversi aspetti della vita quotidiana della campagna.

Un'altra importante iniziativa riguarda il progetto "Formaggi tipici" che, entro breve tempo, porterà alla realizzazione di uno specifico Consorzio di tutela al quale hanno già aderito 25 aziende.

1.6.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Fiore Sicano

La zona tradizionale di produzione del Fiore Sicano è compresa nell'ambito del territorio dei Comuni di Castronovo di Sicilia, Santo Stefano di Quisquina, Prizzi, Palazzo Adriano, Cammarata e Bivona.

Secondo il procedimento tradizionale di preparazione del Fiore Sicano, il latte vaccino di due mungiture, proveniente da animali allevati prevalentemente al pascolo, viene fatto coagulare in una tina di legno – chiamata *chiscuni* - a 37-39°C con caglio in pasta di agnello o di capretto. La rottura della cagliata avviene in due momenti successivi, una prima rottura grossolana a cui segue una seconda più energetica con l'ausilio della rotula.

Successivamente la cagliata viene messa nelle forme, che dopo essere state qualche tempo a scolare, saranno di nuovo riposte nella tina, che conterrà al fondo un po' di scotta calda. Qui, coperte con un telo per non disperdere il calore, verranno sottoposte a stufatura per un tempo variabile da 15 minuti ad 1 ora in funzione della temperatura dell'ambiente fino a quando la cagliata ha raggiunto l'acidificazione ottimale. Il giorno dopo, si procede alla salatura a secco delle forme con l'ausilio di mezze botti di legno. Terminata questa fase, le forme vengono poste a stagionare su scaffali di legno di quercia o leccio, per un periodo minimo di 60 giorni fino oltre l'anno.

La stagionatura avviene in locali mantenuti ad una temperatura compresa tra 8 e 12°C e con elevata umidità: in queste condizioni la superficie del formaggio si ricopre di muffe autoctone del genere *Penicillium*.

Il Fiore Sicano ha un sapore delicato leggermente acidulo, un retrogusto dolce non troppo intenso ed un gradevole odore di latte e crema. La stagionatura

prolungata rende questo prodotto caseario ancora più morbido ed intensamente profumato.

Il formaggio si presenta in piccole forme cilindriche a facce piane, con un diametro di 20 cm, uno scalzo di 6-7 cm ed una pezzatura di 2kg. La crosta sottile è di colore grigio-verde per la caratteristica presenza delle muffe autoctone, la pasta, invece, è di colore bianco, morbida e compatta.

I.7. IL CACIOCAVALLO PALERMITANO

I territori di Cinisi e di Godrano, il primo compreso tra una corona di monti ed il mare e l'altro posto all'ingresso del bosco della Ficuzza, si affacciano alla storia nel periodo arabo. Negli anni che seguono diventano feudi e baronie e si arricchiscono di chiese, conventi benedettini³³ e torri di avvistamento³⁴. L'architetto Marvuglia nel 1803 costruisce, nel bosco della Ficuzza, la palazzina di caccia per Ferdinando IV di Borbone ed il poeta dialettale Giovanni Meli (1740-1815) descrive nei suoi versi *“i pastori e i pescatori, la natura e la campagna, il vento ed il sole di Cinisi”*.

Nei territori di Cinisi e Godrano, che conservano gli ultimi angoli silvo-pastorali del comprensorio palermitano, si produce il tradizionale Caciocavallo Palermitano: un formaggio a pasta filata, ottenuto con il latte delle bovine cinisare, utilizzando attrezzature tradizionali.

Secondo i dati forniti dall'ARAS³⁵, in questo comprensorio ogni anno vengono prodotte in media 1.000 tonnellate di Caciocavallo Palermitano, che viene commercializzato prevalentemente sul mercato locale ad un prezzo medio al dettaglio di 6,50 Euro/kg per il prodotto fresco e di 8 Euro/kg per quello stagionato.

I primi riferimenti storici a questo formaggio risalgono al 1412: in uno dei calmieri imposti dai Giurati e Probiviri per la vendita al minuto degli alimenti nei mercati di Palermo, si fa una netta distinzione fra il cacio vaccino ed il caciocavallo, considerato un prodotto di maggiore pregio e quindi di maggiore costo rispetto al primo. Altri documenti storici riferiscono che questo formaggio

³³ Nel 1382 il giudice Fazio di Fazio, signore di Cinisi, dona il feudo al Monastero di San Martino delle Scale.

³⁴ Torre Pozzillo, Torre dell'Orsa e Torre Molinazzo sul litorale di Cinisi, costruite per scopi difensivi tra il XIV e il XVII secolo.

³⁵ Associazione Regionale Allevatori Sicilia.

aveva un posto d'onore nelle mense dei nobili e delle monache e veniva anche utilizzato come merce di scambio nei contratti di affitto.

Il latte utilizzato per la produzione del Caciocavallo Palermitano proviene prevalentemente dalle bovine Cinisare: razza autoctona a mantello nero, facente parte del gruppo delle razze italiane podoliche. Dotata di spiccata rusticità e longevità, di capacità di utilizzazione di foraggi grossolani e di adattamento alle condizioni "estreme" di allevamento, la Cinisara viene allevata da secoli nell'area interna palermitana e del godranese.

L'allevamento della "Cinisara"³⁶ – che conta 2.500 capi e 230 allevamenti³⁷ tra Cinisi (200) e Godrano (30) – si sviluppa prevalentemente in zone marginali di collina e di montagna, dove trova le sue risorse prevalentemente nei pascoli permanenti ma anche nel sottobosco, nelle ristoppie e nelle limitate superfici di foraggiere avvicendate.

Si tratta di un allevamento estensivo del tipo semi-brado e brado, senza terra, scandito dal naturale susseguirsi del tempo e delle stagioni, la cui base aziendale è limitata al solo ricovero entro recinti realizzati con reti metalliche e legname.

Alcuni problemi legati alla disponibilità di pascoli e di quote produttive, alla sanità degli animali (tubercolosi) ed alle condizioni igieniche dei ricoveri e dei locali di caseificazione, segnano di incertezza il futuro di questo comparto produttivo. Il quale, non riuscendo a superare i limiti dell'arretratezza strutturale e culturale, rende molto arduo il compito del Consorzio di tutela, istituito nel 1992 su iniziativa dell'Associazione Regionale Allevatori della Sicilia.

³⁶ Bisogna precisare che nelle aziende zootecniche interessate alla produzione del Caciocavallo palermitano vengono allevate, oltre alle bovine cinisare, anche altre razze quali la Modicana e la Meticcia. Pertanto, il numero complessivo di bovini che fanno capo alle 230 aziende è di circa 3000 unità.

³⁷ Fonte: ARAS, Associazione Regionale Allevatori Sicilia.

Il Consorzio, sin dal momento della sua costituzione, ha portato avanti un'intensa attività di promozione del formaggio presso il consumatore finale, presentando il prodotto in occasione di manifestazioni fieristiche e sagre.

Sono stati, inoltre avviati rapporti di collaborazione con la Slow Food, che ha istituito il Presidio di salvaguardia della tipicità, sostenuto dall'Assessorato Regionale all'Agricoltura ed alle Foreste e dall'Associazione Regionale Allevatori Sicilia.

Da qualche tempo il Consorzio è impegnato nell'iter burocratico per l'acquisizione della DOP: il marchio, di fatto, potrebbe rappresentare un importante riconoscimento per la tutela della qualità originaria del Caciocavallo Palermitano; ma certamente non è di per sé una leva che può risolvere le problematiche della filiera.

1.7.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Caciocavallo Palermitano

La zona tradizionale di produzione del Caciocavallo Palermitano, pur interessando tutta la provincia di Palermo ed alcuni centri della provincia di Trapani, si identifica nei comuni di Cinisi e Godrano.

Secondo il tradizionale procedimento di lavorazione del Caciocavallo Palermitano, il latte crudo appena munto, viene filtrato e versato nella *tina* di legno con l'aggiunta del caglio in pasta di agnello o di capretto.

Non appena si forma il coagulo, si procede alla rottura della cagliata con l'ausilio della *rotula* (bastone in legno alla cui estremità porta una piccola ruota). Terminata la rottura, si lascia sedimentare la cagliata in una massa caseosa non spurgata.

Dopo una sommaria pressatura, la pasta viene ricoperta con la scotta calda, che, successivamente, viene estratta dalla *tina* e pressata energicamente sulla *cannara* (caratteristico piano fatto di canne), fino a farle assumere una forma appiattita. La tuma, così ottenuta, viene appesa ad asciugare a cavallo di un

bastone di legno, generalmente di castagno, *l'appizzatuma*: da qui il nome di “cacio- a - cavallo”.

Il giorno seguente il formaggio viene tagliato a fette, lungo il senso della stiratura, e posto in un recipiente *piddiaturi* (recipiente idoneo alla filatura) dove viene versata la scotta calda³⁸.

In questo contenitore la pasta, prima viene fatta filare con l'ausilio di un bastone chiamato *vaciliatuma* e poi, viene modellata con le mani (*accuppatina*), facendogli assumere una forma ovoidale (*primintiu*). A questo punto il caciocavallo, ormai pronto, viene sistemato nel *tavuleri* (caratteristico contenitore rettangolare in legno con più vani) dove assumerà la tipica forma a parallelepipedo.

Dopo la salatura in salamoia satura, il Caciocavallo viene fatto stagionare in locali freschi e moderatamente ventilati per un periodo che va dai 2 ai 6 mesi.

Il Caciocavallo Palermitano è un formaggio con un aroma delicato, nei primi mesi, fragrante a stagionatura avanzata. Il gusto è dolce con leggere sfumature acidule-piccanti nel prodotto fresco; con il procedere della stagionatura il piccante si intensifica, mentre scompare l'acidulo.

Ciascuna forma, il cui peso può variare tra gli 8 e i 12 chili, presenta una crosta sottile ed elastica nei primi mesi di stagionatura, che si ispessisce sino ad un massimo di 3mm a stagionatura avanzata, assumendo un colore giallo ambrato. La pasta, di colore bianco con sfumature giallo pallido, è morbida ed elastica nel prodotto fresco, diviene tenace con fratture a sfoglia con il protrarsi della stagionatura.

³⁸ La scotta è il siero non rappreso che rimane nella caldaia quando si fa il formaggio o la ricotta.

I.8. IL PIACENTINO ENNESE

Il comprensorio dei monti Erei, situato al centro della Sicilia, offre uno dei più suggestivi belvedere dell'isola: la cittadina di Enna infatti sorge su un monte a mille metri di altezza e proietta la sua immagine su tutto il panorama di alture e valli dell'entroterra siciliano.

La memoria di questi luoghi è legata ai ritrovamenti archeologici riferibili ai Sicani prima e ai Siculi poi, ai segni della colonizzazione greca (le necropoli ed i resti dell'acropoli a Morgantina) e alle straordinarie testimonianze dell'architettura romana (villa romana del Casale, a Piazza Armerina) ed arabo-normanna (borghi, fortificazioni e castelli³⁹).

Il paesaggio agrario si caratterizza principalmente per la coltura del grano e per la presenza di pascoli naturali. La cerealicoltura e l'allevamento ovino sono attività di antica tradizione ed hanno contribuito inequivocabilmente alla caratterizzazione del paesaggio e della cultura rurale.

In questo territorio, da ottobre a giugno, si produce il Piacentino Ennese: un pecorino allo zafferano, ottenuto con il latte crudo delle pecore della razza Comisana, utilizzando attrezzature tradizionali.

L'origine di questo formaggio è controversa: secondo gli storici il nome "Piacentinu" avrebbe qualche legame, almeno per quanto concerne l'etimologia della parola, con Piacenza. Nel 1090 circa, Ruggero il Normanno e la moglie Adelasia del Monferrato portarono in Sicilia una popolazione di origine settentrionale che si stanziò nei territori tra Patti e Piazza Armerina, lasciando eredità toponomastiche (es. Novara di Sicilia), culturali e gastronomiche. Proprio da Piacenza, secondo lo storico e sociologo Corrado Barberis, vennero

³⁹ Il castello di Lombardia ad Enna, costruito dai normanni sul sito di una preesistente fortificazione araba, prende il nome dalla guarnigione di Lombardi che i normanni stanziarono nelle immediate vicinanze; Il castello di Calascibetta costruito da Ruggero il Normanno, di cui oggi rimane solo una torre; ed i ruderi del castello arabo-normanno ad Aidone.

anche i casari che avevano già sperimentato l'uso dello zafferano nelle preparazioni casearie.

A questa ipotesi si affianca una leggenda legata sempre a Ruggero il Normanno il quale, preoccupato per la consorte tormentata da una invincibile depressione ed inappetente, diede disposizione ai mastri casari del tempo di preparare un formaggio - unica pietanza gradita alla regina - che avesse virtù curative. Fu così che i maestri casari pensarono di aggiungere al caglio di agnello dello zafferano - una delle spezie che allora si coltivava in abbondanza nella zona - al quale si attribuivano qualità stimolanti ed energizzanti.

Il formaggio allo zafferano incontrò il gusto della regina, che lo trovò piacente: da qui, secondo alcuni, deriverebbe il termine "piacentino" dal siciliano "piacenti" ovvero che piace.

Notizie certe invece, risalgono al 1500 e si possono desumere dal testo dello storico Gallo: "*Le venti giornate dell'agricoltura e dei piaceri della villa*". In questo documento si fa cenno ai sistemi di salatura con l'aggiunta di zafferano per dare più colore al formaggio.

Nella provincia di Enna l'allevamento ovino è in prevalenza del tipo semi-brado: le greggi durante la notte vengono ricoverate entro ovili coperti; di giorno, invece, sono avviate al pascolo su erbai di vecchia e/o avena per il periodo gennaio-giugno, successivamente per i mesi di luglio e agosto si utilizzano le ristoppie di grano e quindi, fino a novembre, il pascolo naturale.

La mungitura si effettua da ottobre a giugno ed il latte può essere caseificato direttamente in azienda (minicaseifici aziendali) oppure viene conferito al caseificio. Oltre al Piacentino Ennese si producono ricotta ed altri pecorini.

Gli allevamenti ovini sono circa 1.240⁴⁰, il numero di capi invece ammonta a 125.722 unità. La razza ovina più diffusa è la Comisana, che rappresenta circa il 60% del totale dei capi allevati nel comprensorio di riferimento.

⁴⁰ Fonte: Istat Censimento generale dell'agricoltura, anno 2000.

Le aziende interessate alla produzione del Piacentino Ennese nella zona sono circa 10 e la produzione annuale stimata ammonta a 35 tonnellate.

Le aziende si presentano in discrete condizioni sia per quanto riguarda i ricoveri per gli animali che in merito alle strutture per la mungitura e la caseificazione. Negli ultimi anni inoltre, si è notato un certo impegno, da parte di alcuni produttori, verso la razionalizzazione degli allevamenti e degli impianti di trasformazione.

Allo scopo di tutelare e valorizzare questo formaggio, nel giugno del 2001 è stato costituito il Consorzio di tutela, promosso dall'Associazione Regionale Allevatori della Sicilia e dalla Provincia Regionale di Enna.

Al consorzio hanno aderito 8 soci con l'obiettivo di continuare a mantenere intatta la tradizione casearia del Piacentino, conservandone il carattere artigianale.

Il Consorzio, sin dal momento della sua costituzione, si è impegnato su diversi fronti; avviando l'iter per l'acquisizione della DOP⁴¹, fissando il prezzo di vendita all'ingrosso del formaggio a 10 Euro al chilo⁴², sviluppando azioni di promozione nei mercati esteri ed in particolare negli Stati Uniti e portando avanti, insieme al Co.R.Fi.La.C., studi e ricerche volte al miglioramento qualitativo del formaggio e della sua tecnologia casearia.

Purtroppo, ancora oggi, questi importanti obiettivi non si sono tradotti in risultati concreti e le cause sono, in buona parte, da attribuire alle divergenze interne tra i consorziati e al loro debole impegno volto a crescere come "gruppo" nell'interesse comune.

⁴¹ Al momento in cui si scrive si attende l'approvazione della documentazione da parte del Ministero.

⁴² Prezzo di vendita al dettaglio: 14-18 Euro/kg.

1.8.1. L'areale di produzione e la tradizionale preparazione del Piacentino Ennese

La tradizionale area di produzione del Piacentino Ennese interessa i comuni di Enna, Aidone, Assoro, Barrafranca, Calascibetta, Pazzo Armerina, Pietraperzia, Valguarnera, Villarosa.

Secondo la tradizionale preparazione, il latte crudo, previa filtrazione, viene versato nella *tina*. Prima dell'aggiunta del caglio, il latte viene impreziosito aggiungendo lo zafferano, che conferisce al liquido un bel colore giallo intenso.

Dopo aver aggiunto il caglio in pasta di agnello, con l'ausilio della rotula, si procede alla rottura della cagliata in granuli delle dimensioni paragonabili ai chicchi di riso ed alla loro aggregazione in una massa caseosa che si deposita nel fondo della caldaia.

A questo punto la tuma, così ottenuta, viene posta nelle *fascedde* (canestri di giunco), pressandola bene e incorporandovi il pepe nero in grani.

I canestri con il formaggio, successivamente, vengono posti in un recipiente in legno e ricoperti di scotta calda.

Dopo circa quattro ore, le forme vengono tolte dall'acqua e poste ad asciugare per circa 24 ore. Segue poi la salatura a secco e la stagionatura in locali freschi e moderatamente ventilati per un periodo non inferiore ai 60 giorni.

Il Piacentino Ennese è un formaggio a pasta dura, semicotta con un aroma tipico dei formaggi ovini; al palato, infatti, si avverte un gusto assolutamente unico, armonico e molto gradevole, influenzato dallo zafferano e dal pepe nero.

Di forma cilindrica, il Piacentino pesa tra i 3 e i 6 chili e presenta una crosta canestraia giallo oro, sottile nei primi mesi di stagionatura, che si ispessisce sino ad un massimo di 5mm a stagionatura avanzata. La pasta, che può essere tenera o semivitrea, è anch'essa di colore giallo oro, per la presenza dello zafferano, e con lievi occhiature formate dai grani interi di pepe nero.

I.9. IL RAGUSANO DOP ED IL COSACAVADDU IBLEO

L’altopiano calcareo degli Iblei digrada verso sud con verdi pascoli e campi coltivati fino a raggiungere le dune sabbiose⁴³, ricche di vegetazione spontanea, della fascia costiera.

Questo comprensorio, che occupa il lembo sud orientale della Sicilia, presenta delle ricchezze storico-archeologiche e naturalistiche di notevole importanza: la cava⁴⁴ d’Ispica – dove vive la volpe, il ramarro, l’upupa e dove cresce rigoglioso il noce, il carrubo ed il bagolaro – la riserva naturale della Foce del Fiume Irmínio – caratterizzata da un sistema di dune in cui spiccano esemplari secolari di ginepro coccolone e dove striscia indisturbato il famoso colubro leopardino (rettile) – la riserva naturale Pino d’Aleppo, vicino il fiume Ippari – unico posto in Sicilia dove cresce spontaneo il Pino d’Aleppo – e la riserva di Randello – con la sua pineta e la spiaggia di dune sabbiose.

La storia di questi luoghi comincia proprio dalla cava d’Ispica, in cui si conservano fitte e continue tracce della presenza umana dal neolitico agli inizi del secolo scorso⁴⁵, e continua con le scenografie barocche tra cupole e torri campanarie, tra gli gnomi e gli animali fantastici intagliati nelle mensole che reggono i balconi e i cornicioni dei palazzi a Ragusa Ibla, Scicli e Modica.

La campagna ragusana, disegnata con la pietra calcarea dei caratteristici muretti a secco e punteggiata dalla tipica architettura rurale delle masserie iblee⁴⁶, si muove tra i carrubi secolari, gli olivi, i vigneti ed i pascoli naturali

⁴³ Le dune sabbiose che corrono ininterrotte da Santa Croce Camerina a Sampieri e a Pozzallo.

⁴⁴ I monti Iblei presentano il caratteristico fenomeno delle “cave” (canyon stretti e profondi creati nel tavolato calcareo da antiche erosioni di natura fluviale), in cui la saltuaria presenza dell’acqua e la relativa inaccessibilità hanno permesso la conservazione di importanti nicchie ambientali.

⁴⁵ Il sito comprende villaggi e necropoli rupestri preistoriche, cimiteri cristiani, ruderi di chiesette bizantine, abitazioni troglodite ad alveare ed insediamenti rupestri di epoca tardo-antica e medievale.

⁴⁶ Piccoli borghi costruiti interamente in pietra calcarea locale e gravitanti su un grande corteo centrale. Nelle masserie vi era magazzini provvisti di grandi fosse per la conservazione dei

aspri, ma ricchi di essenze foraggiere dove pascolano liberamente le bovine della razza Modicana.

In tutto il territorio della provincia di Ragusa ed in alcuni centri della provincia di Siracusa, durante la stagione foraggera – da novembre a maggio – si produce il Ragusano: un formaggio a pasta filata ottenuto con il latte crudo di vacca, utilizzando attrezzature tradizionali.

Questo formaggio, storicamente denominato caciocavallo ragusano, è uno dei prodotti caseari più antichi dell'isola. Il suo nome deriva dall'usanza di asciugare le forme di formaggio a cavalcioni "a cavaddu" di un asse.

Il Ragusano dal sapore amabile e peculiare è stato oggetto sin dal XIV secolo di un fiorente commercio oltre i confini del Regno di Sicilia. Già nel 1515 Carmelo Trasselli, in *"Ferdinando il Cattolico e Carlo V"*, racconta di una "esenzione dai dazi" anche per il caciocavallo ragusano e pertanto già oggetto di notevole commercio. Ancora il Trasselli, in *"Note sui Ragusei in Sicilia"*, riporta documenti del "Notaio Gaetano, F. 106" che riferisce ancora del commercio via nave del caciocavallo. Nell'opera dell'abate Paolo Balsamo risalente al 1808 veniva sottolineata "la bontà dei bestiami di Modica" e dei "prodotti di cacio e ricotta, superiori di cinquanta per cento ai comuni, e di venticinque per cento ai migliori di Sicilia". Ed ancora Filippo Garofano nel 1856 cita la fama e la squisitezza dei caci e delle ricotte del ragusano.

Questa eccellenza casearia, nel 1955, è stata riconosciuta quale prodotto tipico dal D.P.R. n. 1269 del 30 ottobre, nel 1995 ha ottenuto la denominazione di origine (Decreto del 2 maggio) e, l'anno successivo, ha acquisito il riconoscimento comunitario della DOP, perdendo la denominazione storica di "Caciocavallo".

Il contesto produttivo del ragusano è da considerare il fiore all'occhiello del settore lattiero-caseario regionale, con le sue 900 aziende sulle 1700 aziende

cereali, la stalla, il caseificio, l'abitazione del massaro, la piccola chiesetta e l'abitazione del proprietario (che vi si recava soltanto nel periodo del raccolto e delle esazioni).

siciliane. La produzione di latte vaccino, che nella campagna 2004/2005 ha raggiunto 1.400.000 quintali⁴⁷, rappresenta circa il 65-70% dell'intera produzione regionale. Questa zootecnia specializzata a carattere intensivo, è praticata da aziende che hanno raggiunto elevati livelli tecnici ed organizzativi, abbandonando quella concezione isolazionista della propria azienda, in funzione di un aggregamento cooperativo.

La mandria da latte conta circa 22mila vacche⁴⁸, in prevalenza appartenenti alle razze Frisona Italiana e Bruna Italiana, che hanno sostituito la vacca Modicana. Quest'ultima è una razza autoctona molto pregiata e dotata di grande rusticità, ma con *performance* produttive notevolmente inferiori rispetto alle prime (20 litri di latte al giorno contro i 60 litri della Frisona ed i 50 litri della Bruna).

Oggi, purtroppo, gli animali di razza Modicana sono sempre più rari nella zona: la stragrande maggioranza dei capi è il risultato di incroci di bassissimo pregio e valore commerciale. La razza modicana, di fatto risulta confinata in poche aziende a conduzione familiare, che producono modeste quantità di formaggio.

La caseificazione può avvenire nelle aziende di tipo artigianale ma, gran parte del latte prodotto viene conferito all'industria. Si ricorda che nella provincia di Ragusa operano le principali industrie lattiero-casearie dell'Isola.

Il paniere dei prodotti caseari ragusani comprende la ricotta, le provole, il Ragusano DOP ed il Cosacavaddu ibleo.

Quest'ultimo è un formaggio dalle caratteristiche simili a quelle del Ragusano DOP. Però, mentre la valenza storica e la qualità della DOP è certificata e garantita da un Ente terzo, ciò non avviene per il Cosacavaddu ibleo, il quale – non dovendo rispettare alcun disciplinare di produzione – può essere prodotto tutto l'anno, gli animali possono essere alimentati anche con

⁴⁷ Fonte: Coldiretti.

⁴⁸ Fonte: Istat, Censimento Generale dell'Agricoltura, 2000.

foraggi ed alimenti alloctoni, ed inoltre non esistono vincoli nell'utilizzo del latte pastorizzato o termizzato e delle attrezzature in acciaio.

Purtroppo ancora oggi, dopo dieci anni dall'acquisizione del marchio di tutela, la denominazione concentra quantitativi di prodotto marginali rispetto a quello che si produce nell'areale del disciplinare. Secondo i dati forniti dall'Assessorato alla Sanità, in provincia di Ragusa nel 2006 operano circa 165 caseifici interessati alla produzione del Cosacavaddu ibleo, con una produzione annua di circa 700 tonnellate di formaggio mentre, sempre nello stesso anno, si contano soltanto 34 iscritti all'albo⁴⁹ dei caseificatori della DOP, con una produzione a marchio UE di 155 tonnellate: la quota di DOP prodotta, infatti rappresenta soltanto il 22% dell'intera produzione del formaggio ordinario.

La mancata adesione dei produttori del Ragusano al "circuito" della DOP è da attribuire principalmente agli oneri organizzativi ed agli alti costi aggiuntivi derivanti dall'acquisizione e mantenimento della certificazione.

Affinché il Cosacavaddu Ibleo diventi sempre più Ragusano DOP, il Co.R.Fi.La.C.⁵⁰, sostenuto dall'associazione Slow Food⁵¹, sta portando avanti importanti iniziative di promozione sia presso il consumatore che tra gli operatori del settore. Secondo quanto stimato dal Co.R.Fi.La.C., di fatto il valore delle produzioni di Ragusano DOP rispetto al Cosacavaddu porta ad un rilevante aumento della quotazione di mercato che, dal produttore al dettaglio, va dal 27 al 42 per cento. Il prezzo all'ingrosso del Cosacavaddu ibleo è di 7 Euro/kg, mentre al dettaglio varia tra i 9,50 e gli 11,50 Euro. Il Ragusano DOP semistagionato viene commercializzato ad 8-11 Euro/kg all'ingrosso e a 13,50

⁴⁹ Per beneficiare della Denominazione di Origine Protetta, i formaggi devono essere conformi al Disciplinare di produzione. Pertanto, le fasi di produzione del latte, trasformazione, stagionatura e marchiatura dei formaggi devono essere sottoposte ad un sistema di controlli ed accertamento della conformità da parte dell'Organismo di controllo incaricato (Co.R.Fi.La.C: Consorzio per la Ricerca sulla Filiera Lattiero-Casearia di Ragusa). Inoltre, i produttori di latte così come i caseificatori e gli stagionatori interessati alla produzione della DOP, devono essere iscritti ai rispettivi albi.

⁵⁰ Designato nel 2000 quale autorità pubblica incaricata di effettuare i controlli sulla denominazione di origine protetta "Ragusano".

⁵¹ Presidio sostenuto dall'Assessorato regionale Agricoltura e Foreste e dal Co.R.Fi.La.C..

Euro al dettaglio, mentre il prodotto stagionato spunta un prezzo di 9-12 Euro/kg all'ingrosso e di 16,30 Euro/kg al dettaglio.

In ultima analisi si riportano i dati forniti dal Co.R.Fi.La.C. inerenti il sistema produttivo della DOP, che per l'anno 2006 ha coinvolto 64 produttori di latte e circa 1.471 capi, 34 caseificatori ed 12 stagionatori.

Ad esclusione di un caseificio di tipo industriale, nel quale si concentra circa il 75% della produzione complessiva, la caseificazione avviene prevalentemente nei caseifici aziendali. La stagionatura dei formaggi, invece, viene affidata molto spesso agli stagionatori che si occupano anche della commercializzazione del prodotto.

Dal primo anno in cui ha avuto inizio l'attività di certificazione (2001) ad oggi (2006), le iscrizioni agli albi dei caseificatori e dei produttori di latte sono passate rispettivamente da 20 a 34 e da 40 a 64. Le variazioni più significative – di segno positivo e negativo – si sono registrate nei primi tre anni: la cancellazione di un caseificatore dall'albo, infatti può determinare allo stesso tempo la cancellazione dell'albo di diversi produttori di latte.

Nei sei anni di certificazione si nota come l'incidenza del latte destinato alla DOP sul latte complessivamente prodotto, sia passata dal 31% del 2001 al 79% del 2006. La produzione a marchio UE infatti, negli anni, ha segnato incrementi significativi raggiungendo nel 2005-2006 le 11 mila forme marchiate.

La percentuale delle forme marchiate su quelle effettivamente prodotte si è mantenuta pressoché costante (52-64%) tra il 2002 ed il 2004, segnando un incremento significativo tra il primo ed il secondo anno di certificazione (+20%), mentre negli ultimi due anni osservati le forme marchiate hanno raggiunto il 68% del totale (Tav. I.2).

Tav. I.2 - FORMAGGIO RAGUSANO DOP: le produzioni - dati aggiornati al 29 giugno 2007

ISCRITTI AGLI ALBI	ANNO 2001	Anno 2002	ANNO 2003	ANNO 2004	ANNO 2005	ANNO 2006
Produttori latte	40	17	50	53	61	64
Caseificatori	20	17	34	35	38	34
Stagionatori	5	10	9	9	11	12
PRODUZIONE						
Quantità di latte prodotto (litri)	884.137	599.840	2.731.020	4.320.998	4.564.090	3.256.885
di cui destinato alla D.O.P. (litri)	281.307	435.040	2.114.265	3.245.605	3.620.563	2.572.396
N° capi (stima)	470	462	1.569	1.014	1.516	1.471
Kg di latte per kg di formaggio	10	10	10	10	10	10
Forme prodotte (n° forme - kg)	1.371 forme (20.563)	1.811 forme (27.970)	9.266 forme (132.766)	14.320 forme (215.773)	17.033 forme (253.502)	15.482 forme (228.644 kg)
Peso medio per forma (kg)	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0
Forme marchiate semistagionate (stagionatura minima 3 mesi) (n° - kg)	239 forme (3.678 kg) 17% sul totale	801 forme (12.138 kg) 44% sul totale	2.443 forme (37.730 kg) 26% sul totale	4.503 forme (67.508 kg) 31,4% sul totale	3.809 forme (57.510kg) 22 % sul totale	3.770 forme (57.911 kg) 24 % sul totale
Forme marchiate stagionate (stagionatura minima 6 mesi) (n° - kg)	413 forme (6.369 kg) 30% sul totale	371 forme (5.651 kg) 20% sul totale	2.347 forme (37.471 kg) 26% sul totale	4.240 forme (63.085 kg) 29,6% sul totale	7.636 forme (111.789 kg) 45 % sul totale	6.692 forme (96.809 kg) 43 % sul totale
Forme marchiate totali	652 forme 47% sul totale	1.172 forme 64% sul totale	4.817 forme 52% sul totale	8.743 forme 61% sul totale	11.445 67% su totale	10.462 68% sul totale
Prezzo al dettaglio del formaggio (Euro/kg)	13,50 (prodotto semistagionato)	16,30 (prodotto stagionato)				

Fonte: Co.R.Fi.La.C.

1.9.1. Disciplinare di produzione del Ragusano DOP

Il Decreto Ministeriale 2-maggio-1995 relativo al *riconoscimento della denominazione di origine del formaggio "Ragusano"* – che ha preceduto di un anno l'iscrizione dello stesso, nel Registro delle denominazioni di origine protette e delle indicazioni geografiche protette" (Reg. CE n. 1263/96) – riporta apposite prescrizioni relative all'allevamento e al processo di ottenimento del formaggio "Ragusano".

Per quanto riguarda il primo punto, il latte destinato alla trasformazione del formaggio deve provenire da allevamenti ubicati nei territori dei comuni di: Acate, Chiaramonte Gulfi, Comiso, Giarratana, Ispica, Modica, Monterosso Almo, Pozzallo, Ragusa, S. Croce Camerina, Scicli e Vittoria, in provincia di Ragusa e dei comuni di Noto, Palazzolo Acreide e Rosolini, in provincia di Siracusa (art. 2); le bovine da cui deriva il latte devono essere alimentate prevalentemente con essenze spontanee ed erbai dell'altopiano Ibleo, eventualmente affienati (art. 3).

Per quanto attiene alle prescrizioni relative al processo di caseificazione (art. 3): il latte crudo di una o più mungiture viene filtrato e versato nella *tina* di legno, dove va aggiunto il caglio in pasta di agnello o di capretto, sciolto in una soluzione acquosa di cloruro di sodio (la quantità di soluzione impiegata deve essere tale da comportare un tempo di presa e di indurimento da 60 a 80 minuti).

Il preparato quindi, va riscaldato alla temperatura di 34 °C.

Avvenuta la coagulazione, si procede, con l'ausilio della *rotula*, alla rottura della cagliata, che avviene in due tempi, sino ad ottenere granuli delle dimensioni medie di un chicco di riso.

Completata la fase di rottura, la massa caseosa viene lasciata sedimentare nel fondo della *tina*. In seguito, la tuma viene separata dal siero con l'ausilio di un mestolo "*iaruozzu*" e posta nelle "*vascedde*" (recipienti in legno) dove si lascia drenare su un tavolo di legno "*mastredda*", per circa 30 minuti.

In seguito, la pasta tagliata a fette, viene trattata con il liquido risultante dalla lavorazione della ricotta o con acqua a temperatura di circa 80°C, coperta con un telo allo scopo di evitare bruschi abbassamenti della temperatura, e lasciata riposare per circa 85 minuti.

Completata la fase di cottura, la massa caseosa si lascia spurgare nelle *vascedde* e poi le varie fette di cagliata vengono stratificate una sopra l'altra nella *mastredda* dove si lasciano riposare per un tempo di circa 20 ore.

Trascorso il tempo necessario per il raffreddamento e l'ulteriore spurgo, la pasta viene tagliata a fette di circa 1 cm, posta in un recipiente di rame o di legno chiamato "*staccio*" e ricoperta con acqua calda (80°C circa), per un tempo di circa 8 minuti. A questo punto la pasta viene lavorata con molta cura, con l'ausilio di un bastone di legno appiattito "*manuvedda*", fino ad ottenere una forma sferica con la superficie esterna esente da smagliature.

La sfera di formaggio ottenuta, ancora calda, va riposta nuovamente nella *mastredda* e pressata con tavole di legno "*muolitu e cugni*" e rivoltata continuamente, fino ad assumere la caratteristica forma parallelepipedica a sezione quadrata. Il formaggio resterà nella *mastredda* 12-18 ore prima di essere immerso nelle apposite vasche di cemento per la salamoia

La salatura, viene protratta per un tempo variabile in ragione delle dimensioni delle forme e non deve comportare un contenuto di cloruro di sodio sulla sostanza secca superiore al 6%.

La stagionatura, che va da un minimo di 3 ad oltre 12 mesi, avviene in locali ventilati con temperatura ambiente di 14-16°C, legando le forme a coppia con sottili funi e ponendole a cavallo di appositi sostegni e, comunque, in modo tale da garantire una perfetta aerazione dell'intera superficie della forma.

I locali di stagionatura vengono detti "*mazzè*": locali freschi, umidi e ventilati a volte "interrati"; si riscontrano inoltre cantine e grotte naturali con pareti geologicamente naturali dove i formaggi a coppia vengono appesi a

“cavallo” di una trave di legno legati con funi di “*liama*” o corde di “*cannu*”, di “*zammarra*” o di cotone⁵².

É prevista la cappatura con olio di oliva per i formaggi destinati ad una prolungata stagionatura.

Il prodotto può essere affumicato solo con procedimenti naturali e tradizionali in tal caso la denominazione di origine deve essere seguita dalla dicitura “affumicata”.

Il formaggio Ragusano DOP presenta un aroma gradevole, caratteristico delle particolari procedure di produzione ed un sapore decisamente gradevole, dal dolce vanigliato, poco piccante nei primi mesi di stagionatura (nei formaggi da tavola), tendente al piccante ed al saporito con sentore di mandorla, a stagionatura avanzata (nei formaggi da grattugia).

La forma tipica è quella di un parallelepipedo a sezione quadrata, con angoli smussati. È possibile riscontrare sulla superficie delle leggere insenature dovute al passaggio delle funi di sostegno utilizzate nel processo di stagionatura.

Ciascuna forma⁵³, il cui peso è di circa 16kg, presenta una crosta liscia, sottile, compatta; di colore giallo dorato o paglierino tendente al marrone con il protrarsi della stagionatura per i formaggi da grattugia. Lo spessore massimo è di 4 millimetri. Può essere cappata con olio di oliva.

La pasta ha una struttura compatta, con eventuali fessurazioni che si riscontrano con il protrarsi della stagionatura, talvolta unite a scarse occhiature; al taglio il colore si presenta bianco tendente al giallo paglierino, più o meno intenso.

⁵² Fonte: scheda tecnico-descrittiva del Ragusano DOP riportata in allegato al Decreto dell'Assessorato all'Agricoltura ed alle Foreste della Regione Siciliana del 28 dicembre 1998 n. 4492, relativo al “*Riconoscimento di prodotti a base di latte come prodotti storici fabbricati tradizionalmente*”.

⁵³ Dimensioni di ciascuna forma: lati della sezione quadrata da 15 a 18 centimetri; lunghezza del parallelepipedo da 43 a 53 centimetri.

II. ORGANIZZAZIONE DELL'INDAGINE

II.1. CAMPO DI OSSERVAZIONE DELLO STUDIO

La definizione del campo di osservazione ha richiesto, in prima battuta, l'individuazione dell'area territoriale di produzione di ciascuna tipologia casearia oggetto di studio e l'identificazione dei caseifici che ancora producono questi formaggi storici nel rispetto della tradizione: utilizzando il latte crudo, il caglio in pasta di agnello o di capretto e le attrezzature in legno, rame e giunco.

A questo scopo è stata chiesta la collaborazione degli uffici periferici (Unità Operative) dell'Assessorato all'Agricoltura ed alle Foreste e dell'Ente di Sviluppo Agricolo che operano nei territori di riferimento e del Co.R.Fi.La.C, l'organismo incaricato di effettuare i controlli su i due formaggi DOP regionali.

Ad esclusione del Fiore Sicano e del Piacentino Ennese, per i quali il numero dei caseifici individuati è risultato inferiore a 10 unità, per le altre tipologie casearie sono stati selezionati 10 caseifici tra i più rappresentativi in termini produttivi e/o qualitativi: si è cercato appunto di stringere il campo di osservazione attorno a quei caseifici che, nella preparazione dei formaggi storici, seguono il procedimento tradizionale e che, nello stesso tempo, si impegnano per realizzare un prodotto nel rispetto delle prescrizioni normative in materia di igiene e sicurezza degli alimenti.

Il campo di osservazione così definito comprendeva 80 caseifici, i quali sono stati contattati telefonicamente ed invitati a partecipare al progetto di ricerca.

La rilevazione dei dati – realizzata attraverso la compilazione della scheda informativa direttamente presso il caseificio oppure mediante intervista telefonica – ha però riguardato 64 caseifici (pari all'80% dei caseifici individuati), in quanto 9 caseifici sono risultati irreperibili: in molti casi il

responsabile del caseificio, per gran parte della giornata, si trovava con gli animali al pascolo oppure presso l'azienda sprovvista di linea telefonica. Per questi motivi è stato necessario acquisire ulteriori informazioni in merito alla possibile esistenza di un numero di telefonia mobile con il quale contattarli. In alcuni casi, però, i numeri individuati sono rimasti sempre irraggiungibili.

I caseifici che invece non hanno dato la loro disponibilità all'intervista sono stati 7. Le motivazioni del rifiuto si possono raggruppare, sostanzialmente, in tre tipologie: il caseificio non è interessato (3 caseifici); il titolare non è in azienda (2); rinvio continuo degli appuntamenti e degli incontri (2). Queste diverse declinazioni del rifiuto sono state comunque determinate da una comune diffidenza nei confronti della scheda informativa che, da alcuni, è stata interpretata come uno strumento di controllo e verifica (Tav. II.1).

Come appare comprensibile, i caseifici rilevati presentano una distribuzione provinciale coincidente con le aree di produzione dei formaggi storici oggetto di studio. In particolare, il 70,3% dei caseifici rilevati si concentra nelle province di Ragusa, Messina e Palermo: quest'ultima, inoltre, si distingue per il maggior numero di tipologie casearie tradizionali intercettate: 4 su 10 (Tav. II.2).

Le analisi relative alle caratteristiche d'impresa riguardano, quindi, 64 caseifici; le indagini relative ai flussi commerciali ed alle opinioni degli imprenditori in tema di aspettative, difficoltà e vantaggi realmente conseguiti nella produzione dei formaggi storici, hanno, invece, riguardato 75 produzioni casearie, poiché 11 caseifici producono due tipologie di formaggio.

Tav. II.1 – Prospetto generale dell' attività di rilevazione

FORMAGGI STORICI	NUMERO CASEIFICI						Rilev/ Caseif. individuati
	Caseifici Individuati	Non disponibili	Non reperibili	Rilevati	%		
Caciocavallo Palermitano	9	1	4	4	6,2	44,4	
Fiore Sicano	2	-	-	2	3,1	100,0	
Provola delle Madonie	9	-	1	8	12,5	88,8	
Provola dei Nebrodi	10	-	-	10	15,6	100,0	
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	3	4,7	100,0	
Ragusano DOP	3	-	-	3	4,7	100,0	
Pecorino Siciliano DOP	6	2	-	4	6,2	66,6	
Piacentino Ennese	7	1	2	4	6,2	57,1	
Vastedda della Valle del Belice	9	-	-	9	14,1	100,0	
Maiorchino	10	2	2	6	9,4	60,0	
Caciocavallo palermitano							
Provola delle Madonie	1	-	-	1	1,6	100,0	
Fiore Sicano							
Pecorino Siciliano DOP	1	-	-	1	1,6	100,0	
Cosacavaddu ibleo							
Ragusano DOP	7	-	-	7	11,0	100,0	
Pecorino Siciliano DOP							
Piacentino Ennese	2	1	-	1	1,6	50,0	
Pecorino Siciliano DOP							
Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	1	1,6	100,0	
Totale	80	7	9	64	100,0	80,0	

Tav. II.2 - Caseifici rilevati che producono i formaggi storici siciliani per tipologia di prodotto e per provincia

FORMAGGI STORICI	PROVINCIA									Totale
	AG	CL	CT	EN	ME	PA	RG	SR	TP	
Caciocavallo Palermitano	-	-	-	-	-	3	-	-	1	4
Fiore Sicano	-	-	-	-	-	2	-	-	-	2
Provola delle Madonie	-	-	-	-	-	8	-	-	-	8
Provola dei Nebrodi	-	-	-	-	10	-	-	-	-	10
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3
Ragusano DOP	-	-	-	-	-	-	3	-	-	3
Pecorino DOP	1	-	2	-	-	1	-	-	-	4
Piacentino Ennese	-	-	-	4	-	-	-	-	-	4
Vastedda della Valle del Belice	8	-	-	-	-	-	-	-	1	9
Maiorchino	-	-	-	-	6	-	-	-	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Ragusano DOP - Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-	-	7	-	-	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Pecorino DOP - Vastedda della Valle del Belice	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Totale	9	0	2	5	16	16	13	0	3	64
%	14,1	0,0	3,1	7,8	25,0	25,0	20,3	0,0	4,7	100,0

II.2. LA SCHEDA INFORMATIVA

La rilevazione dei dati e delle informazioni utili ai fini dello studio è stata condotta nel periodo dal 1 giugno al 30 luglio 2005, tramite interviste agli imprenditori oppure ai responsabili commerciali delle aziende interessate alla produzione delle diverse tipologie casearie oggetto di studio.

L'intervista ha riguardato la compilazione di una scheda informativa comune a tutte le tipologie di prodotto. La scheda (riportata in appendice) presenta tre sezioni, strutturate in paragrafi. La prima sezione comprende domande utili all'identificazione territoriale delle imprese e alla definizione delle stesse sul piano dimensionale e strutturale; la seconda sezione riguarda gli aspetti produttivi e di mercato inerenti le diverse tipologie casearie esaminate.

Nella terza sezione, invece, si è focalizzata l'attenzione sulla determinazione dei seguenti punti:

- le motivazioni/aspettative che hanno spinto i caseifici a produrre e commercializzare i formaggi storici;
- le difficoltà/criticità che limitano la produzione e la commercializzazione dei formaggi storici;
- i vantaggi/benefici legati alle produzioni casearie storiche;
- la tipologia degli incentivi pubblici utilizzati dai caseifici per valorizzare le proprie produzioni.

Per concludere è stato chiesto ai caseifici di esprimere un giudizio complessivo sulla produzione dei formaggi storici di nicchia siciliani.

Per i paragrafi della scheda relativi alle motivazioni, difficoltà e benefici sono stati previsti diversi elementi caratterizzanti l'argomento ai quali il caseificio intervistato ha dovuto assegnare un livello di importanza (o difficoltà) variabile da 0 a 3 (Tav. II.3).

Tav. II.3 – Legenda di valutazione dei giudizi

0	Non importante/per niente difficoltoso
1	Poco importante/ poco difficoltoso
2	Importante/alquanto difficoltoso
3	Molto importante/molto difficoltoso

II.3. METODOLOGIA DI ELABORAZIONE

La rilevazione delle informazioni utili alla costruzione dello scenario relativo alle produzioni casearie storiche è stata effettuata tramite intervista agli interlocutori di riferimento (casaro, titolare o responsabile commerciale).

I caratteri oggetto di analisi sono di tipo misto, essendo presenti sia variabili, le cui modalità di risposta sono costituite da numeri reali o da classi di valori, sia mutabili, ovvero variabili le cui modalità di risposta sono costruite da attributi. Tra le variabili rilevate, rientrano nella prima tipologia il fatturato e gli addetti; nella seconda tipologia, la forma giuridica, le motivazioni, i vantaggi e le difficoltà legate alla produzione e commercializzazione dei formaggi storici siciliani.

Nel dettaglio, la valutazione degli aspetti direttamente legati alla produzione e commercializzazione dei prodotti caseari oggetto di studio si è basata sulla predisposizione di una batteria di *items*, ognuno rappresentante un elemento caratterizzante con riferimento alla variabile oggetto di studio, al quale bisognava assegnare un livello di importanza da 0 (nessuna importanza) a 3 (molta importanza). Gli *items* sono stati previsti per le seguenti variabili: motivazioni che hanno spinto i caseifici a portare avanti la tradizione casearia siciliana, le difficoltà ed i vantaggi legati sempre a questa attività.

Le informazioni raccolte non sono state sottoposte ad alcun trattamento di codifica *ex post*, essendo il questionario strutturato su *domande a risposta chiusa*, ovvero sulla base di quesiti che vincolano l'intervistato a dare una risposta tra quelle previste in una serie di modalità predefinite.

Alcune di queste domande tuttavia, sono a risposta multipla (domande *multiresponse*) pertanto sono state trattate attraverso la seguente metodologia:

ciascuna modalità è stata analizzata come variabile dicotomica⁵⁴ ed è stata codificata indipendentemente dalle altre.

Terminate le interviste, è stata predisposta su un foglio di lavoro elettronico la *tabella inventario*, ovvero la matrice di elaborazione dei dati contenente sulle colonne le variabili di analisi e sulle righe il profilo di ciascun caseificio del campo di rilevazione ed è stata avviata la fase del caricamento dei dati, seguita da un controllo generale sulla griglia di elaborazione volto all'eliminazione di eventuali errori od omissioni.

L'attribuzione di un "peso" (0 - 3) alle espressioni di valutazione qualitativa (non importante – molto importante) dei diversi *items* proposti, ha consentito di graduare l'importanza con cui vengono percepiti i vari aspetti indagati attraverso il semplice confronto dei valori medi ponderati del campione e di vari sub-campioni.

L'analisi della matrice dei dati ha evidenziato la necessità di effettuare una serie di operazioni su alcune variabili in analisi al fine di ottimizzare le elaborazioni successive.

Nel dettaglio, con riferimento alla variabile *fatturato*, le cui modalità erano già classi di valori, si è proceduto alla definizione di 4 classi ottenute come sintesi di quelle esistenti accorpendo le prime due, la terza con la quarta e le ultime quattro classi, contenenti un numero veramente esiguo di osservazioni; inoltre, con riferimento alla variabile *forma giuridica*, le otto modalità di *risposta previste* sono state accorpate in 4 categorie: impresa individuale, società di persone, società di capitale, società cooperativa.

⁵⁴ Viene definita *dicotomica* una variabile per la quale sono previste due sole modalità, ad esempio vero/falso; si/no. La codifica di tali variabili è di tipo binario, del tipo 0/1: ad esempio, si attribuisce 1 alla risposta positiva e 0 alla risposta negativa.

III. I RISULTATI DELL'INDAGINE: GLI ELEMENTI GENERALI DEI CASEIFICI INTERESSATI ALLA PRODUZIONE DEI FORMAGGI STORICI SICILIANI

Premessa

Il profilo strutturale, organizzativo e di mercato delle realtà aziendali che, all'interno del più ampio comparto lattiero-caseario regionale, producono i formaggi storici siciliani, è stato delineato attraverso l'analisi di una serie di parametri.

In prima istanza si è voluto determinare la forma giuridica, il numero di addetti, la classe di fatturato, la tipologia e la dimensione aziendale. Di seguito l'attenzione si è focalizzata sulle variabili legate alle tecniche di lavorazione tradizionali (provenienza della materia prima, utilizzo del latte crudo e delle attrezzature tradizionali) e su quelle inerenti la gestione innovativa della tradizione (dotazioni in attrezzature informatiche e per il confezionamento dei prodotti, l'età ed il titolo di studio dell'imprenditore nonché le certificazioni volontarie acquisite, la spesa per investimenti e per l'aggiornamento professionale e la spesa per l'attività promo-pubblicitaria). In ultima analisi, sono stati considerati gli aspetti della commercializzazione del prodotto (mercato di commercializzazione, modalità di vendita e destinazione del prodotto).

III.1. ASPETTI STRUTTURALI DEI CASEIFICI

Il settore agroalimentare siciliano, in linea generale, è costituito da imprese di tipo tradizionale, con un struttura organizzativa accentrata nella persona dell'imprenditore. Le forme giuridiche più comuni sono infatti l'impresa individuale e la società di persone (società semplice o di fatto, società in nome collettivo, società in accomandita semplice).

Il raggruppamento delle imprese rilevate che produce i formaggi storici, presenta un impianto organizzativo coerente con quello appena descritto, ma con una decisa prevalenza delle imprese individuali (78,1%) sulle società di persone (12,5%) (Tav. III.1). Questa prevalenza si riscontra in tutte le tipologie casearie esaminate ad esclusione del gruppo di imprese che producono esclusivamente il Piacentino Ennese, caso nel quale le quattro imprese rilevate risultano: una impresa individuale, 2 società di persone e una società di capitale. Una ulteriore impresa individuale produce il Piacentino ennese congiuntamente al Pecorino siciliano DOP.

Nel comparto lattiero-caseario tipico, la diffusa presenza dell'impresa individuale, come si vedrà più avanti, si identifica nella conduzione familiare e nel forte legame con la terra e con l'allevamento del bestiame.

Le società di capitale e le cooperative, insieme, rappresentano appena il 9,4% del totale dei caseifici rilevati. La società di capitale (società per azioni e società a responsabilità limitata) – che può considerarsi la forma più moderna di impresa per forza economica e per professionalità espressa – nella panoramica del campo di osservazione considerato, ha carattere di eccezionalità (4,7%): precisamente, soltanto 2 caseifici interessati alla produzione della Provola dei Nebrodi ed 1 che produce il Piacentino Ennese presentano questa forma giuridica.

La presenza di solo 3 società cooperative invece, conferma la scarsa propensione all'associazionismo, in un settore in cui l'impresa cooperativa potrebbe concorrere ad assicurare reddito e potere contrattuale ai produttori organizzati. Le forme associative si riscontrano per il Ragusano DOP e Cosacavaddu Ibleo e per le due Provole.

Nei caseifici rilevati si contano complessivamente 243 addetti a tempo pieno (indipendenti+dipendenti): dei quali 61,7% indipendenti e 38,3% dipendenti, a cui si aggiungono 83 stagionali (Tav III.2). Il cospicuo numero degli indipendenti, lascia intendere che si tratta prevalentemente di realtà aziendali accentrate nella figura dell'imprenditore; il quale, coadiuvato dai familiari, organizza il processo produttivo, gestisce ed amministra i fattori della produzione e si occupa della commercializzazione dei prodotti.

La maggiore presenza di addetti a pieno tempo si riscontra nei caseifici interessati alla produzione del Cosacavaddu Ibleo, del Ragusano DOP, che insieme ragguagliano il 27,2% del totale degli addetti.

Gli indipendenti si identificano nella figura dell'imprenditore, del socio della cooperativa e del familiare coadiuvante.

I 93 dipendenti sono rappresentati, in prevalenza, da operai impiegati nel caseificio e spesso sono legati all'imprenditore da relazioni di parentela. Soltanto in 5 imprese: 3 società di persone e 2 cooperative, si trova la figura professionale dell'impiegato amministrativo.

Il 54,8% dei dipendenti è impiegato nelle imprese di produzione del Piacentino Ennese e dei due formaggi ragusani: soltanto in questi casi il numero dei dipendenti supera quello degli indipendenti.

Gli addetti stagionali si occupano soprattutto del bestiame e di tutte le attività riguardanti la stalla e la mungitura dei capi e talora possono svolgere anche mansioni all'interno del caseificio.

La categoria degli stagisti non risulta rappresentata: nelle imprese esaminate il mestiere "del casaro" solitamente si tramanda da padre in figlio.

La presenza femminile, alquanto contenuta (25,5%) tra gli addetti a pieno tempo, risulta ancora minore (10,8%) nella categoria degli stagionali: nelle aziende zootecniche infatti il lavoro di stalla, a cui di solito si dedicano gli stagionali, viene affidato comunemente agli uomini.

In merito alla forma giuridica, le imprese individuali assorbono quasi i 2/3 (64,1%) degli addetti a pieno tempo, mentre la restante parte si distribuisce per il 15,8% nelle società cooperative, per il 13,9% nelle società di persone e per il 6,2% nelle società di capitale. Soltanto nei comparti dei due Formaggi Iblei e del Piacentino Ennese prevalgono gli impiegati rispettivamente nelle società cooperative e nelle società di persone (Tav.III.3).

Il carattere prevalentemente familiare di queste realtà aziendali, si evince inoltre dalla suddivisione dei caseifici per classi di addetti (Tav. III.4) e per classi di fatturato (Tav. III.5): le imprese sono difatti in gran parte di piccolissime dimensioni, con un numero di addetti inferiore a 6 (92,2% dei casi) ed un fatturato che non supera i 100 mila Euro annui in 50 casi esaminati su 64 (78,1%). I 4 caseifici che hanno indicato un fatturato superiore a 500 mila Euro sono interessati alla produzione delle due DOP, del Cosacavaddu Ibleo e del formaggio di Enna.

Un altro aspetto legato alla dimensione di impresa riguarda la produzione in termini quantitativi: suddividendo i caseifici rilevati per classi di produzione si osserva che il 56,3% ricade nelle classi corrispondenti ad un quantitativo medio annuo in formaggio inferiore a 5.000 chili (il 18,8% del totale al di sotto dei 1000 kg ed il 37,5% tra 1.000 e 5.000 kg). La parte restante dei caseifici (il 40,6%) invece, si distribuisce egualmente nelle classi da 5.000 a 10.000 e da 10.000 a 50.000 kg. Le uniche due realtà aziendali che hanno indicato una produzione superiore ai 50.000 kg di formaggio, producono i due Formaggi Iblei (Tav. III.6).

Sebbene abbinata talora ad altre produzioni casearie, nei singoli caseifici, le produzioni del Pecorino DOP, del Maiorchino e della Vastedda della Valle del

Belice (in questo caso tutti i caseifici tranne uno), si realizzano in misura media annua inferiore ai 5.000 kg, mentre le produzioni della Provola delle Madonie si concentrano nella terza e quarta classe di produzione (da 5.000 a 10.000 e da 10.000 a 50.000 kg).

La produzione dei formaggi storici siciliani risulta fortemente connessa all'allevamento del bestiame: nell'85,9% dei casi rilevati, infatti i locali adibiti alla trasformazione casearia sono parte integrante dell'azienda zootecnica. Sono soltanto 9 i caseifici che non posseggono un proprio allevamento e utilizzano esclusivamente il latte acquistato dagli allevamenti della zona o dai soci conferenti delle 3 società cooperative. Tra questi 9 caseifici: 3 producono il Piacentino Ennese e 2 la Provola dei Nebrodi (Tav. III.7).

Tutte le aziende intervistate hanno indicato l'ampiezza della superficie aziendale (in proprietà e/o in affitto) ad esclusione delle 3 società cooperative che risultano senza terreno, poiché la proprietà terriera è dei singoli soci.

Il 65,6% delle aziende ricade nelle classi di superficie aziendale inferiore a 50 ettari; il restante 34,4% delle aziende si distribuisce similmente nelle classi da 50 a 100 ettari ed oltre 100 ettari (Tav. III.8). Sembrano costituire delle eccezioni i caseifici che producono il Maiorchino e il Caciocavallo Palermitano, la cui superficie agricola ricade nelle ultime due classi di ampiezza (oltre i 50 ha); le aziende produttrici della Vastedda della Valle del Belice si concentrano, invece, nella classe di superficie inferiore a 50 ettari.

Solitamente (nell'87,5% dei casi rilevati) i locali adibiti alla trasformazione casearia sono in proprietà; il contratto di affitto è poco diffuso (12,5%) e si riscontra soltanto nel gruppo di imprese interessate alla produzione delle due Provole, del Piacentino, della Vastedda della Valle del Belice e del Maiorchino. I caseifici che risultano formalmente in affitto, sono di frequente di proprietà di uno dei soci (di cooperativa o società di persone), o di familiari del titolare dell'azienda.

Il 67,2% dei caseifici rilevati è dotato di locali per la maturazione dei formaggi: si tratta, nella maggior parte dei casi, di ambienti senza particolari accorgimenti costruttivi. Circa la metà delle aziende sprovviste di locali di stagionatura produce la Vastedda della Valle del Belice (formaggio consumato fresco) e il Ragusano DOP (e/o il Cosacavaddu): caso nel quale i produttori conferiscono il prodotto agli stagionatori che, generalmente, svolgono anche attività commerciale (Tav. III.9).

Per quanto riguarda le dimensioni degli stabilimenti, circa la metà (43,8%) dei caseifici rilevati presenta una superficie compresa tra 50 e 100 mq, mentre l'altra metà si distribuisce per il 17,2% nella classe di ampiezza inferiore a 50 mq e per il 29,7% in quella compresa fra 100 e 200 mq (Tav. III.10).

I 4 caseifici che ricadono nella classe di superficie maggiore (oltre 500 mq) sembrano essere usciti dalla dimensione artigianale⁵⁵: difatti non posseggono allevamenti propri, ricadono nella quarta e quinta classe di produzione (oltre 10.000 kg/anno) e sono costituiti in forme d'impresa come la società di capitale e la società cooperativa.

Più della metà dei caseifici rilevati (53% del totale) svolge attività di vendita diretta presso il caseificio; in 3 casi tutta la produzione casearia viene venduta attraverso esercizi commerciali, non specializzati, situati all'interno del centro abitato⁵⁶ (Tav. III.11).

⁵⁵ Producono: Fiore Sicano, Provola dei Nebrodi, Cosacavaddu Ibleo, Ragusano DOP, Pecorino DOP, Piacentino Ennese.

⁵⁶ Prevalentemente macellerie e salumerie.

Tav. III.1 - Caseifici rilevati per forma giuridica e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	FORMA GIURIDICA				Totale
	Impresa individuale	Soc. di persone	Soc. di capitale	Soc. coop	
Caciocavallo Palermitano	3	1	-	-	4
Fiore Sicano	2	-	-	-	2
Provola delle Madonie	6	1	-	1	8
Provola dei Nebrodi	7	-	2	1	10
Cosacavaddu Ibleo	2	1	-	-	3
Ragusano DOP	1	2	-	-	3
Pecorino DOP	3	1	-	-	4
Piacentino Ennese	1	2	1	-	4
Vastedda della Valle del Belice	9	-	-	-	9
Maiorchino	6	-	-	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	1	-	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	6	-	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	1	-	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	-	1
Totale	50	8	3	3	64
%	78,1	12,5	4,7	4,7	100,0

Tav. III.2 - Caseifici rilevati ed addetti per posizione nella professione e per tipologia di prodotto

FORMAGGISTORICI	N. Caseifici	ADDETTI A TEMPO PIENO									Addetti stagionali			Borsisti e stagisti		
		Indipendenti			Dipendenti			Ind. + Dip.								
		M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot
Caciocavallo Palermitano	4	8	3	11	2	2	4	10	5	15	2	2	4	-	-	-
Fiore Sicano	2	4	2	6	1	1	2	5	3	8	2	-	2	-	-	-
Provola delle Madonie	8	11	3	14	1	6	7	12	9	21	13	3	16	-	-	-
Provola dei Nebrodi	10	18	5	23	6	3	9	24	8	32	8	2	10	1	-	1
Cosacavaddu Ibleo	3	6	2	8	-	-	-	6	2	8	1	2	3	-	-	-
Ragusano DOP	3	7	2	9	-	-	-	7	2	9	1	-	1	-	-	-
Pecorino DOP	4	9	3	12	-	-	-	9	3	12	17	-	17	-	-	-
Piacentino Ennese	4	5	3	8	16	2	18	21	5	26	1	-	1	-	-	-
Vastedda della Valle del Belice	9	13	3	16	6	-	6	19	3	22	7	-	7	-	-	-
Maiorchino	6	15	2	17	3	-	3	18	2	20	7	-	7	-	-	-
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	1	-	1	1	4	-	4	4	1	5	-	-	0	-	-	-
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	7	11	5	16	24	9	33	35	14	49	5	-	5	-	-	-
Pecorino DOP - Fiore Sicano	1	1	-	1	3	1	4	4	1	5	2	-	2	-	-	-
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	2	1	3	-	-	-	2	1	3	5	-	5	-	-	-
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	2	3	5	3	-	3	5	3	8	3	-	3	-	-	-
Totale	64	112	38	150	69	24	93	181	62	243	74	9	83	1	-	1
%		74,7	25,3	100,0	74,2	25,8	100,0	74,5	25,5	100,0	89,2	10,8	100,0	100,0	0,0	100,0

Tav.III.3 - Addetti a pieno tempo ai caseifici per forma giuridica e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	FORMA GIURIDICA				Totale
	Impresa individuale	Soc. di persone	Soc. di capitale	Soc. coop	
Caciocavallo Palermitano	13	2	-	-	15
Fiore Sicano	8	-	-	-	8
Provola delle Madonie	11	5	-	5	21
Provola dei Nebrodi	21	-	8	3	32
Cosacavaddu Ibleo	21	3	-	-	24
Ragusano DOP	18	7	-	-	25
Pecorino DOP	7	5	-	-	12
Piacentino Ennese	4	14	8	-	26
Vastedda della Valle del Belice	22	-	-	-	22
Maiorchino	20	-	-	-	20
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	5	-	-	-	5
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	33	33
Pecorino DOP - Fiore Sicano	5	-	-	-	5
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	3	-	-	-	3
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	8	-	-	-	8
Totale	166	36	16	41	259
%	64,1	13,9	6,2	15,8	100,0

Tav.III.4 - Caseifici per classe di addetti (a pieno tempo) e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI ADDETTI				Totale
	fino a 6	7-15	16-25	26-50	
Caciocavallo Palermitano	4	-	-	-	4
Fiore Sicano	2	-	-	-	2
Provola delle Madonie	8	-	-	-	8
Provola dei Nebrodi	10	-	-	-	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	-	3
Ragusano DOP	3	-	-	-	3
Pecorino DOP	4	-	-	-	4
Piacentino Ennese	2	2	-	-	4
Vastedda della Valle del Belice	8	1	-	-	9
Maiorchino	6	-	-	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	1	-	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	6	-	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	1	-	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	-	1
Totale	59	4	0	1	64
%	92,2	6,3	0,0	1,6	100,0

Tav.III.5 - Caseifici per classe di fatturato complessivo* e per tipologia di prodotto (fatturato in migliaia di euro)

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI FATTURATO				Tot.
	<100	100- 500	500-2.500	>2.500	
Caciocavallo Palermitano	4	-	-	-	4
Fiore Sicano	1	1	-	-	2
Provola delle Madonie	7	1	-	-	8
Provola dei Nebrodi	7	3	-	-	10
Cosacavaddu Ibleo	2	1	-	-	3
Ragusano DOP	2	1	-	-	3
Pecorino DOP	3	0	1	-	4
Piacentino Ennese	2	-	2	-	4
Vastedda della Valle del Belice	8	1	-	-	9
Maiorchino	5	1	-	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	1	-	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	6	-	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	-	1
Totale	50	10	3	1	64
%	78,1	15,6	4,7	1,6	100,0

**) il fatturato è riferito all'intera produzione del caseificio compreso il formaggio storico considerato*

Tav.III.6 - Caseifici per classe di produzione e per tipologia di prodotto, anno 2004
(quantità in kg)

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI PRODUZIONE					Totale
	< 1000	1.000- 5.000	5.000- 10.000	10.000 - 50.000	oltre 50.000	
Caciocavallo Palermitano	-	1	2	1	-	4
Fiore Sicano	1	1	-	-	-	2
Provola delle Madonie	-	-	4	4	-	8
Provola dei Nebrodi	1	6	1	2	-	10
Cosacavaddu Ibleo	1	1	-	1	-	3
Ragusano DOP	1	-	1	1	-	3
Pecorino DOP	2	2	-	-	-	4
Piacentino Ennese	-	2	-	2	-	4
Vastedda della Valle del Belice	5	4	-	-	-	9
Maiorchino	1	5	-	-	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie*	-	-	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	2	2	1	2	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano*	-	-	-	1	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese*	-	-	1	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice*	-	-	1	-	-	1
Totale	12	24	13	13	2	64
%	18,8	37,5	20,3	20,3	3,1	100,0

**) I caseifici che producono due tipologie casearie sono stati inseriti nella classe di produzione corrispondente alla somma delle due produzioni*

Tav.III.7 - Caseifici per tipologia dello stabilimento e per prodotto

FORMAGGI STORICI	TIPOLOGIA AZIENDALE		
	Caseificio aziendale	Caseificio*	Totale
Caciocavallo Palermitano	4	-	4
Fiore Sicano	1	-	1
Provola delle Madonie	7	1	8
Provola dei Nebrodi	8	2	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	3
Ragusano DOP	3	-	3
Pecorino DOP	4	-	4
Piacentino Ennese	1	3	4
Vastedda della Valle del Belice	8	1	9
Maiorchino	6	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	6	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	1	1	2
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	1
Totale	55	9	64
%	85,9	14,1	100,0

*) caseificio non annesso all'azienda zootecnica

Tav.III.8 - Caseifici per classe di superficie aziendale* (superficie in ettari)

FORMAGGI STORICI	TERRENI AZIENDALI**				Totale
	0	<50	50-100	Oltre 100	
Caciocavallo Palermitano	-	-	3	1	4
Fiore Sicano	-	1	1	-	2
Provola delle Madonie	1	4	3	-	8
Provola dei Nebrodi	1	7	2	-	10
Cosacavaddu Ibleo	-	3	-	-	3
Ragusano DOP	-	3	-	-	3
Pecorino DOP	-	2	1	1	4
Piacentino Ennese	-	2	-	2	4
Vastedda della Valle del Belice	-	9	-	-	9
Maiorchino	-	-	2	4	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	1	5	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	1	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	-	1
Totale	3	39	12	10	64
%	4,7	60,9	18,8	15,6	100,0

*) 5 caseifici non hanno indicato la superficie aziendale che è stata, quindi, stimata

**) in proprietà e/o in affitto

Tav. III.9 - Caseifici per titolo di proprietà dello stabilimento, per presenza in azienda dei locali per la stagionatura e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	Caseificio in proprietà		Totale	Locali di stagionatura		Totale
	No	Si		No	Si	
Caciocavallo Palermitano	-	4	4	1	3	4
Fiore Sicano	-	2	2	-	2	2
Provola delle Madonie	1	7	8	2	6	8
Provola dei Nebrodi	2	8	10	1	9	10
Cosacavaddu Ibleo	-	3	3	1	2	3
Ragusano DOP	-	3	3	3	-	3
Pecorino DOP	-	4	4	2	2	4
Piacentino Ennese	1	3	4	2	2	4
Vastedda della Valle del Belice	3	6	9	6	3	9
Maiorchino	1	5	6	-	6	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	1	1	-	1	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	7	7	3	4	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	1	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	1	-	1	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	1	-	1	1
Totale	8	56	64	21	43	64
%	12,5	87,5	100,0	32,8	67,2	100,0

Tav.III.10 - Caseifici per dimensioni dello stabilimento e per tipologia di prodotto (dimensioni in mq)

FORMAGGI STORICI	DIMENSIONI STABILIMENTO					Totale
	< 50	50-100	100-200	200-500	> 500	
Caciocavallo Palermitano	-	2	1	1	-	4
Fiore Sicano	-	-	2	-	-	2
Provola delle Madonie	2	3	3	-	-	8
Provola dei Nebrodi	1	4	4	-	1	10
Cosacavaddu Ibleo	-	2	1	-	-	3
Ragusano DOP	1	2	-	-	-	3
Pecorino DOP	-	3	-	1	-	4
Piacentino Ennese	-	1	2	-	1	4
Vastedda della Valle del Belice	-	5	4	-	-	9
Maiorchino	5	1	-	-	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	-	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	2	4	-	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	1	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	-	-	1
Totale	11	28	19	2	4	64
%	17,2	43,8	29,7	3,1	6,3	100,0

Tav. III.11 - Caseifici per presenza del punto vendita e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	Punto vendita aziendale		Punto vendita*	Totale
	No	Si		
Caciocavallo Palermitano	1	3	-	4
Fiore Sicano	1	1	-	2
Provola delle Madonie	2	6	-	8
rovola dei Nebrodi	3	5	2	10
Cosacavaddu Ibleo	2	1	-	3
Ragusano DOP	3	-	-	3
Pecorino DOP	3	1	-	4
Piacentino Ennese	2	2	-	4
Vastedda della Valle del Belice	6	3	-	9
Maiorchino	4	1	1	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	3	4	-	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	1
Totale	30	31	3	64
%	46,9	48,4	4,7	100,0

*) in area urbana

III.2. ASPETTI LEGATI ALLE TECNICHE DI LAVORAZIONE TRADIZIONALE DEI FORMAGGI STORICI SICILIANI

Le caratteristiche organolettiche distintive dei formaggi storici siciliani sono legate principalmente all'utilizzo del latte crudo e del caglio in pasta di agnello o di capretto, unitamente all'impiego di utensili costruiti con materiali naturali (dove si annida la flora microbica utile alla caseificazione).

Allo scopo di avere maggiori garanzie in merito alla qualità della materia prima, il 78,1% dei caseifici rilevati utilizza unicamente il latte dei propri allevamenti mentre, nel 12,5% dei casi, la produzione viene integrata con latte acquistato. Sono soltanto 6 (9,4% del totale) i caseifici che, non avendo un allevamento proprio, impiegano esclusivamente il latte proveniente da uno o più produttori della zona⁵⁷ (Tav. III.12). In totale pertanto si contano 14 caseifici che lavorano materia prima acquistata e di questi, soltanto 5 – non potendo operare un controllo diretto sugli allevamenti di origine e sulle fasi di mungitura, prima di procedere alla caseificazione – sottopongono il latte a trattamento termico. Un solo caseificio, pur utilizzando latte di produzione propria, procede ugualmente al trattamento termico (Tav. III.13).

Tranne poche eccezioni, i caseifici (92,2% del totale) perseguono la tradizione casearia siciliana utilizzando il latte crudo ed impiegando attrezzature ed utensili da lavoro tipici (87,5% esclusivamente o solo in parte) (Tav. III.14).

Il 32,8% dei caseifici adopera unicamente utensili in legno, giunco e rame, mentre il 54,7% utilizza anche gli utensili in acciaio. Il restante 12,5% dei caseifici ha indicato, invece, di impiegare esclusivamente le attrezzature e gli utensili ordinari in acciaio.

⁵⁷ I caseifici senza allevamento sono 9: di questi 6 acquistano il latte presso allevamenti della zona e 3 trasformano il latte proveniente dai soci conferenti.

L'utilizzo di attrezzature in acciaio, unitamente al trattamento termico del latte, inibisce l'attività della microflora naturale e altera lo sviluppo dei sapori e degli aromi che rendono unici i formaggi tradizionali; in questi casi, pertanto, ai prodotti caseari non si dovrebbe nemmeno attribuire la definizione di "formaggio storico".

Il Ragusano DOP ed il Pecorino Siciliano DOP, prodotti nel rispetto dell'antica tradizione casearia, utilizzando esclusivamente attrezzature tradizionali e latte crudo, possono, quindi, essere definiti "formaggi storici ritrovati". Al contrario, il Fiore Sicano, tipologia casearia descritta nel D.A. del 28 dicembre 1998⁵⁸, nei tre caseifici di riferimento viene prodotto utilizzando esclusivamente attrezzi in acciaio.

Tav. III.12 - Caseifici per provenienza della materia prima e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	PROVENIENZA MATERIA PRIMA			Totale
	Propria*	Propria ed acquistata**	Acquistata**	
Caciocavallo Palermitano	4	-	-	4
Fiore Sicano	2	-	-	2
Provola delle Madonie	6	2	-	8
Provola dei Nebrodi	8	1	1	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	3
Ragusano DOP	3	-	-	3
Pecorino DOP	4	-	-	4
Piacentino Ennese	1	-	3	4
Vastedda della Valle del Belice	5	3	1	9
Maiorchino	5	1	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	7	-	-	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	1
Totale	50	8	6	64
%	78,1	12,5	9,4	100,0

*) da allevamenti propri o da quelli appartenenti ai soci delle cooperative

***) acquistata in Sicilia

⁵⁸ Inerente il riconoscimento di prodotti a base di latte come prodotti storici fabbricati tradizionalmente.

Tav. III.13 - Caseifici per tipo di latte utilizzato e per prodotto

FORMAGGI STORICI	TIPOLOGIA DEL LATTE			Totale
	Latte crudo	Latte trattato termicamente	Latte crudo Latte trattato termicamente	
Caciocavallo Palermitano	4	-	-	4
Fiore Sicano	1	1	-	2
Provola delle Madonie	8	-	-	8
Provola dei Nebrodi	9	1	-	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	3
Ragusano DOP	3	-	-	3
Pecorino DOP	4	-	-	4
Piacentino Ennese	2	2	-	4
Vastedda della Valle del Belice	9	-	-	9
Maiorchino	6	-	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	7	-	-	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano*	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	1
Totale	59	4	1	64
%	92,2	6,3	1,6	100,0

* Solo il Fiore Sicano viene caseificato con latte trattato termicamente

Tav. III.14 - Caseifici per tipo di attrezzatura utilizzata e per prodotto

FORMAGGI STORICI	ATTREZZATURA			Totale
	In acciaio	Tradizionale	Tradizionale ed in acciaio	
Caciocavallo Palermitano	-	2	2	4
Fiore Sicano	2	-	-	2
Provola delle Madonie	-	-	8	8
Provola dei Nebrodi	2	2	6	10
Cosacavaddu Ibleo	-	-	3	3
Ragusano DOP	-	3	-	3
Pecorino DOP	-	4	-	4
Piacentino Ennese	-	1	3	4
Vastedda della Valle del Belice	3	1	5	9
Maiorchino	-	3	3	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	3	4	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano*	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	1
Totale	8	21	35	64
%	12,5	32,8	54,7	100,0

* l'attrezzatura in acciaio è impiegata solamente per il Fiore Sicano

III.3. ASPETTI DI GESTIONE INNOVATIVA NEI CASEIFICI

Nel tracciare il profilo delle imprese lattiero-casearie interessate alla produzione dei formaggi storici siciliani, un altro aspetto che merita di essere approfondito riguarda la gestione innovativa. Gli elementi che si ritiene di evidenziare riguardano l'età ed il titolo di studio dell'imprenditore, le certificazioni di qualità, l'utilizzo di tecnologie informatiche, gli investimenti, la spesa per l'aggiornamento professionale e per le attività promo-pubblicitarie.

In merito al primo punto, in buona parte dei caseifici rilevati, l'anziano casaro, oltre ad avere tramandato la sua esperienza ai figli, ha anche affidato loro la responsabilità dell'impresa: sono circa il 46,9% i caseifici gestiti da imprenditori che non superano i 40 anni, mentre il 43,8% ha un'età compresa tra i 40 ed i 60 anni (Tav. III.15). I comparti produttivi in cui risulta più evidente il ricambio generazionale (in cui l'imprenditore ha un'età inferiore ai 40 anni) sono quelli della Provola delle Madonie, della Provola dei Nebrodi, del Piacentino Ennese, della Vastedda della Valle del Belice e del Maiorchino. In alcuni casi, peraltro, il ricambio generazionale riguarda esclusivamente l'aspetto legale, mentre, di fatto, l'anziano casaro continua a svolgere un ruolo centrale all'interno dell'azienda.

I giovani imprenditori succedono ai padri sia perché spinti da un forte senso di appartenenza alla famiglia e alle sue tradizioni, sia perché, molto spesso, non dispongono di significative possibilità alternative d'impiego.

Il livello di scolarizzazione degli imprenditori intervistati spesso è modesto; il 53,1% di loro, infatti, non ha conseguito più della licenza media (14,1% la scuola elementare). Il 46,9% restante è in possesso di un titolo di studio, quale il diploma di scuola superiore (34,4%) o la laurea (12,5%) (Tav. III.16).

Gli imprenditori con i titoli di studio più avanzati (diploma di scuola media superiore e la laurea), sono più frequenti tra i produttori della Provola delle Madonie, della Vastedda del Belice, del Piacentino Ennese, del Maiorchino e

del Caciocavallo Palermitano. Al contrario, i più bassi livelli di formazione (elementare e media inferiore), sono più frequenti tra i produttori di Provola dei Nebrodi e Ragusano/Cosacavaddu.

Appare chiaro inoltre, come il livello di formazione degli imprenditori intervistati risulti inversamente correlato all'età. Il traguardo della laurea infatti, ha interessato 8 imprenditori: 4 dei quali hanno un'età inferiore ai 40 anni, altri 3 compresa tra 40 e 60 e soltanto uno ha superato i 60 anni. Il diploma di scuola media superiore è una prerogativa degli intervistati che non superano i 40 anni (15 diplomati su 22), mentre quello di scuola media inferiore è equamente rappresentato dagli intervistati con meno di 40 anni (11 su 25) e da quelli di età compresa fra i 40 ed i 60 anni (12 su 25). Il primo livello di scolarizzazione (elementari) infine, è stato indicato da 6 imprenditori fra i 40 ed i 60 anni e da 3 oltre i 60 (Tav. III.17).

Non tutti i caseifici rispondenti alla voce "titolo di studio" hanno specificato la tipologia del diploma o della laurea conseguiti. I dati disponibili sono comunque indicativi: il diploma di scuola media superiore più frequente tra gli imprenditori è quello di agrotecnico, ma è stato indicato anche il diploma di geometra e di ragioniere. La preparazione universitaria del campione rilevato risulta invece, di tipo tecnico-scientifico (laurea in scienze agrarie, in medicina veterinaria, in farmacia ed in fisica). In quest'ultimo caso, il caseificio rappresenta un'attività secondaria.

Le tecnologie informatiche sono utilizzate dal 65,6% del campione rilevato, rimane comunque alta la percentuale dei caseifici che non usa il *computer* (34,4% del totale). Il 50% dei caseifici che non dispongono nemmeno di un personal computer opera nella produzione del Ragusano DOP e del Cosacavaddu Ibleo (Tav. III.18).

Delle 42 realtà aziendali che hanno indicato di adoperare le tecnologie informatiche, 32 posseggono un solo *personal computer*. Quest'ultimo, in molti casi, non si trova presso l'azienda, bensì in casa dell'imprenditore. Nei caseifici

di più piccole dimensioni ed ubicati lontano dal centro abitato, infatti, non è infrequente che manchi il locale ad uso ufficio ovvero la linea telefonica con la quale collegare il PC alla rete. Al contrario, le imprese dove sicuramente il personal computer viene utilizzato in azienda sono in tutto 10; di queste 9 hanno indicato di possedere un numero di PC compreso tra 2 e 5, mentre una sola azienda, produttrice dei due Formaggi Iblei, presenta una dotazione informatica superiore a 5 PC.

In merito all'impiego di software specifici, i caseifici rilevati si suddividono tra gli utilizzatori (18) e i non utilizzatori (24). Le aziende che usano *software* specifici, adoperano prevalentemente programmi di tipo gestionale (contabilità – amministrazione). L'utilizzo di *software* a supporto del controllo di qualità dell'intero processo produttivo invece, presenta ancora un carattere di eccezionalità: soltanto 2 caseifici si avvalgono di *software* per la gestione della stalla e dell'allevamento, per il controllo della qualità e per la tracciabilità ed etichettatura (Tav. III.19). Tra i caseifici che impiegano *software* specifici, oltre la metà (10 su 18) è interessato alla produzione di Provola dei Nebrodi e Piacentino Ennese.

Il livello di impiego delle tecnologie informatiche di comunicazione è comunque modesto; infatti, la disponibilità di un collegamento internet riguarda 36 caseifici sui 42 che dispongono di almeno un PC, mentre la e-mail è di uso solamente in 25 caseifici.

I comparti produttivi in cui la *e-mail* risulta poco utilizzata sono quelli interessati alla produzione della Vastedda della Valle del Belice (5 caseifici su 7 non hanno la e-mail) e del Maiorchino (4 su 4).

Il possesso di un sito internet è stato indicato da appena 11 caseifici. Quasi tutte le tipologie casearie ad esclusione della Vastedda della Valle del Belice e del Maiorchino, comunque, presentano almeno un caseificio che ha scelto questo strumento di comunicazione. Alcuni caseifici inoltre, pur non possedendo un proprio sito, hanno indicato la loro presenza nelle pagine *web*

curate dalla Slow Food oppure dal Comune di appartenenza, dalla Provincia, dal Consorzio di riferimento o dagli uffici periferici dell'Assessorato Regionale all'Agricoltura ed alle Foreste.

La confezionatrice sottovuoto è molto diffusa tra i caseifici rilevati (79,7% del totale), il suo impiego però non è strettamente legato ai formaggi storici considerati: ad esclusione della Vastedda della Valle del Belice, che viene sempre confezionata sottovuoto, per le altre tipologie casearie l'utilizzo del sottovuoto dipende della loro destinazione commerciale (Tav. III.20).

Nel comparto lattiero-caseario tipico, l'aggiornamento professionale non rappresenta una voce di spesa: solamente 10 dei caseifici rilevati sostiene delle spese per la formazione del personale, ed in questo gruppo, soltanto un caseificio (interessato alla produzione dei due Formaggi Ragusani) ha indicato una spesa media annua superiore ai 2.000 Euro (Tav. III.21).

La scarsa propensione agli investimenti sul capitale umano è da attribuire solo in parte alla ridotta capacità di spesa delle aziende. Difatti, soltanto pochi imprenditori tra quelli che dichiarano scarse disponibilità economiche, hanno sfruttato l'offerta formativa pubblica; mentre, in generale, non è stato manifestato alcun interesse alla formazione professionale. È opinione comune, tra gli intervistati, che la crescita economica sia limitata soltanto dalla disponibilità di capitale finanziario e non dalla mancanza di cultura professionale ed imprenditoriale.

Un altro aspetto della gestione innovativa della tradizione riguarda gli investimenti in impianti ed attrezzature (Tav. III.22): negli ultimi tre anni oltre la metà (35 su 64) dei caseifici intervistati non ha superato i 50 mila Euro di investimento; di questi, 15 caseifici, non ne hanno realizzati per niente. Le spese sostenute hanno riguardato prevalentemente l'acquisto di attrezzature per la sala mungitura e per il caseificio oppure per la realizzazione dei locali di stagionatura e del punto vendita aziendale.

Nella classe di investimento media (50-250 mila Euro) ricade, invece, il 31,3% dei caseifici rilevati, mentre nella classe oltre 250 mila euro si contano 9 caseifici (il 14,1% delle imprese che hanno effettuato investimenti negli ultimi tre anni). Questi capitali sono stati utilizzati soprattutto per l'ampliamento, la ristrutturazione o la costruzione ex novo del caseificio, della sala di mungitura computerizzata, delle stalle, del fienile e per l'acquisto dei camion per il trasporto del latte.

I comparti produttivi in cui si rileva una maggiore propensione per investimenti di tipo strutturale, ponderando tra numerosità e consistenza degli investimenti, sono quelli della Provola delle Madonie, della Provola dei Nebrodi, della Vastedda della Valle del Belice, del Piacentino Ennese, del Caciocavallo palermitano e del Maiorchino.

Allo scopo di poter realizzare le diverse tipologie di investimento, la metà (53,1%) dei caseifici rilevati ha usufruito di finanziamenti pubblici. Soltanto per il Ragusano/Cosacavaddu e per il Maiorchino prevalgono nettamente i casi in cui i caseifici hanno sostenuto gli investimenti utilizzando risorse finanziarie proprie (Tav. III.23).

In merito ai diversi tipi di aiuto pubblico utilizzati: il 48,2% dei caseifici rilevati ha indicato come principale strumento di finanziamento la Misura 4.06 del POR Sicilia 2000-2006 - *“Investimenti aziendali per l'irrobustimento delle filiere agricole e zootecniche”* – Azione 2 *“Investimenti aziendali per la zootecnia e per il miglioramento delle condizioni di igiene e benessere degli animali”*; mentre il 24% ha usufruito delle agevolazioni previste nell'ambito dei Patti territoriali. Altre opportunità di finanziamento segnalate riguardano l'iniziativa *Leader*, i contributi in conto capitale previsti dalla Legge 488/92 sulle *“Agevolazioni agli investimenti nelle aree depresse”* e la Misura 4.09 del POR Sicilia 2000-2006 – *“Miglioramento delle condizioni di trasformazione e commercializzazione”*, che prevede, tra le altre cose, interventi specifici a favore del settore lattiero-caseario.

Incrociando i dati relativi alla classe di investimento e all'utilizzo di finanziamenti pubblici, risulta che l'88,5% dei caseifici che ha usufruito di incentivi pubblici ricade nelle classi di investimento media (57,7%) ed alta (30,8%), mentre i caseifici che hanno effettuato investimenti utilizzando risorse proprie, nel 73,9% dei casi, hanno indicato un spesa non superiore ai 50 mila Euro (Tav. III.24).

Se da una parte gli strumenti finanziari messi a disposizione dalla normativa comunitaria, nazionale, ed in particolar modo, da quella regionale rappresentano un valido sostegno per quelle iniziative che non potrebbero essere realizzate con le sole risorse aziendali, dall'altra i caseifici intervistati lamentano i severi requisiti necessari per accedere ai finanziamenti, il farraginoso iter burocratico per l'espletamento delle pratiche e la carenza di servizi di consulenza alle imprese. Inoltre, è emersa la necessità che si proceda alla predisposizione di un pacchetto di incentivi più aderente alle esigenze specifiche del comparto produttivo dei formaggi storici siciliani.

Escludendo i due formaggi a denominazione di origine protetta, per i quali la qualità del processo produttivo e del prodotto è controllata e garantita da un Ente certificatore terzo, la qualità delle altre tipologie casearie esaminate, in molti casi (53,1% del totale), non risulta certificata: i due prodotti per i quali si registra una maggiore presenza di certificazioni sono il Piacentino Ennese (4 imprese certificate su 5: una produce anche il Pecorino DOP) e la Provola dei Nebrodi (5 caseifici su 10) (Tav. III.25).

La certificazione biologica è stata indicata complessivamente da 8 aziende, mentre le certificazioni volontarie di sistema (ISO 9001:2000 ed ISO 14001 e quella relativa alla rintracciabilità di filiera, sono state adottate da 7 aziende: si tratta quasi esclusivamente dei caseifici che producono la Provola dei Nebrodi.

In generale, i produttori intervistati, in considerazione delle modeste quantità di prodotto commercializzato, ritengono poco conveniente l'attività promo-pubblicitaria.

Risulta infatti, che il 25% degli imprenditori non svolge alcun tipo di attività promo-pubblicitaria, condividendo l'opinione secondo la quale il canale migliore per promuovere il proprio prodotto sia rappresentato dal "passaparola" – cioè il consiglio fornito da un cliente soddisfatto ad amici e conoscenti – e che il mezzo pubblicitario più efficace sia il prodotto stesso – ossia quello "gustato e degustato". I caseifici che non svolgono alcuna attività promo-pubblicitaria appartengono prevalentemente (12 su 16) ai comparti produttivi dei due formaggi Iblei e della Vastedda della Valle del Belice (Tav. III.26).

I caseifici (75% del totale) che invece hanno indicato di effettuare attività promozionale e/o pubblicitaria, effettuano prevalentemente attività promozionale e non adottano specifiche strategie di marketing.

Le iniziative più frequentate dai caseifici (100%) che fanno attività promozionale sono rappresentate dalle fiere e manifestazioni locali che, nella maggior parte dei casi, sono sostenute (contributi diretti ed indiretti) dall'Assessorato Regionale all'Agricoltura ed alle Foreste, dai Comuni e dalle Province.

I produttori, talora, non partecipano in prima persona alle manifestazioni fieristiche, ma preferiscono affidare il proprio formaggio alle associazioni di rappresentanza che si occupano di portare il prodotto in fiera. Si segnala comunque, l'interesse mostrato da alcuni caseifici, per le manifestazioni riservate ai soli operatori del settore (distributori, ristoratori, ecc.) (Tav. III.27).

La pubblicità, invece, viene realizzata in maniera quasi esclusiva (88% dei caseifici che effettuano attività pubblicitaria) attraverso i biglietti da visita e le brochure che vengono distribuiti durante le manifestazioni fieristiche (Tav. III.28).

Ovviamente, a questo tipo di attività promopubblicitaria, i caseifici destinano una voce di spesa decisamente contenuta: precisamente, non supera i 2.500 Euro l'anno nel 79,1% dei caseifici rilevati che effettuano attività

promopubblicitaria; solo 10 caseifici si collocano nelle due classi di spesa superiore a 2.500 Euro (Tav. III.29).

La spesa promopubblicitaria aumenta con l'aumentare del fatturato (Tav. III.30): investono le somme maggiori in promopubblicità i caseifici con oltre 500 mila Euro di fatturato, mentre le somme più basse o nulle si riscontrano nei caseifici con fatturato inferiore a 250 mila Euro.

In merito alla destinazione territoriale dell'attività pubblicitaria, dei 25 caseifici che pubblicizzano i propri prodotti, 10 operano esclusivamente sul mercato regionale, 11 estendono l'attività pubblicitaria anche al mercato nazionale ed una impresa, in particolare, si rivolge unicamente al mercato nazionale escludendo quello siciliano. Infine, sono soltanto 3 le imprese che raggiungono anche l'estero, di queste una produce esclusivamente il Piacentino Ennese, la seconda invece produce il Ragusano DOP ed il Cosacavaddu Iblei, mentre l'ultima è interessata al Pecorino DOP ed al Fiore Sicano (Tav. III.31).

Dei 47 caseifici che svolgono invece attività promozionale, larga parte (51,1%) opera esclusivamente sul mercato regionale, mentre il resto (44,7%) si rivolge anche verso il mercato nazionale. Sono solo 2 i caseifici che promuovono il loro prodotto anche all'estero; si tratta, anche in questo caso, dei due formaggi ragusani e del Piacentino Ennese. Si segnalano inoltre 2 aziende che svolgono attività promozionale esclusivamente per il mercato nazionale (Tav. III.32).

Tav.III.15 - Caseifici per età dell'imprenditore e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	ETÀ DELL'IMPRENDITORE			Totale
	fino a 40	40 - 60	oltre 60	
Caciocavallo Palermitano	1	2	1	4
Fiore Sicano	-	2	-	2
Provola delle Madonie	4	3	1	8
Provola dei Nebrodi	5	4	1	10
Cosacavaddu Ibleo	1	2	-	3
Ragusano DOP	2	1	-	3
Pecorino DOP	1	2	1	4
Piacentino Ennese	3	1	-	4
Vastedda della Valle del Belice	6	2	1	9
Maiorchino	4	2	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	2	4	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	1
Totale	30	28	6	64
%	<i>46,9</i>	<i>43,8</i>	<i>9,4</i>	<i>100,0</i>

Tav. III.16 - Caseifici per titolo di studio dell'imprenditore e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	TITOLO DI STUDIO				Totale
	elementare	Scuola media inferiore	Scuola media superiore	Laurea	
Caciocavallo Palermitano	-	1	3	-	4
Fiore Sicano	-	1	1	-	2
Provola delle Madonie	-	3	3	2	8
Provola dei Nebrodi	1	7	2	-	10
Cosacavaddu Ibleo	-	2	1	-	3
Ragusano DOP	1	1	1	-	3
Pecorino DOP	1	2	1	-	4
Piacentino Ennese	-	-	3	1	4
Vastedda della Valle del Belice	1	3	3	2	9
Maiorchino	1	1	4	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	-	-	1	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	4	2	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	1	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	-	1
Totale	9	25	22	8	64
%	14,1	39,1	34,4	12,5	100,0

Tav.III.17 - Caseifici per età dell'imprenditore, per titolo di studio e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	TITOLO DI STUDIO																Totale generale	
	Scuola elementare				Scuola media inferiore				Scuola media superiore				Laurea					
	fino a	oltre		Totale	fino a	oltre		Totale	fino a	oltre		Totale	fino a	oltre		Totale		
	40	40-60	60		40	40-60	60		40	40-60	60		40	40-60	60			
Caciocavallo Palermitano	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	2	-	3	-	-	-	-	4
Fiore Sicano	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	2
Provola delle Madonie	-	-	-	-	1	2	-	3	3	-	-	3	-	1	1	-	8	
Provola dei Nebrodi	-	1	-	1	4	2	1	7	1	1	-	2	-	-	-	-	10	
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-	2	-	2	1	-	-	1	-	-	-	-	3	
Ragusano DOP	-	1	-	1	1	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-	3	
Pecorino DOP	-	-	1	1	1	1	-	2	-	1	-	1	-	-	-	-	4	
Piacentino Ennese	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	-	3	1	-	-	-	4	
Vastedda della Valle del Belice	-	-	1	1	1	2	-	3	3	-	-	3	2	-	-	-	9	
Maiorchino	-	1	-	1	1	-	-	1	3	1	-	4	-	-	-	-	6	
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	3	1	4	2	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-	-	7	
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
Totale	-	6	3	9	11	12	2	25	15	7	-	22	4	3	1	8	64	

Tav. III.18- Caseifici per dotazione in attrezzature informatiche e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	Numero personal computers				Totale
	0	1	2-5	Oltre 5	
Caciocavallo Palermitano	1	1	2	-	4
Fiore Sicano	-	2	0	-	2
Provola delle Madonie	1	6	1	-	8
Provola dei Nebrodi	2	7	1	-	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	-	3
Ragusano DOP	2	1	-	-	3
Pecorino DOP	2	1	1	-	4
Piacentino Ennese	-	2	2	-	4
Vastedda della Valle del Belice	3	6	-	-	9
Maiorchino	2	3	1	-	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	1	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	6	-	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	1	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	-	1
Totale	22	32	9	1	64
%	34,4	50,0	14,1	1,6	100,0

Tav.III.19 - Caseifici con software specifici, sito internet e posta elettronica per tipologia di azienda

FORMAGGI STORICI	Software specifici			Collegamento internet			Sito internet			E-mail		
	No	Si	Tot.	No	Si	Tot.	No	Si	Tot.	No	Si	Tot.
Caciocavallo Palermitano	2	1	3	-	3	3	2	1	3	-	3	3
Fiore Sicano	-	2	2	-	2	2	1	1	2	1	1	2
Provola delle Madonie	6	1	7	1	6	7	5	2	7	1	6	7
Provola dei Nebrodi	3	5	8	2	6	8	6	2	8	4	4	8
Ragusano DOP	1	-	1	-	1	1	0	1	1	-	1	1
Pecorino DOP	1	1	2	1	1	2	2	-	2	2	-	2
Piacentino Ennese	-	4	4	-	4	4	2	2	4	-	4	4
Vastedda della Valle del Belice	6	-	6	2	4	6	6	-	6	5	1	6
Maiorchino	4	-	4	-	4	4	4	-	4	4	-	4
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	1	-	1	-	1	1	1	-	1	-	1	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	1
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	1	-	1	1	1	-	1	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	1	-	1	1	1	-	1	-	1	1
Totale	24	18	42	6	36	42	31	11	42	17	25	42
%	57,1	42,9	100,0	14,3	85,7	100,0	73,8	26,2	100,0	40,5	59,5	100,0

Tav.III.20 - Caseifici per presenza della confezionatrice e per tipologia di azienda

FORMAGGI STORICI	Confezionatrice			Totale
	No	Si	Conto terzi	
Caciocavallo Palermitano	-	4	-	4
Fiore Sicano	-	2	-	2
Provola delle Madonie	-	8	-	8
Provola dei Nebrodi	2	7	1	10
Cosacavaddu Ibleo	2	1	-	3
Ragusano DOP	3	-	-	3
Pecorino DOP	-	4	-	4
Piacentino Ennese	-	4	-	4
Vastedda della Valle del Belice	-	9	-	9
Maiorchino	2	4	-	6
Caciocavallo Palermitano Provola delle Madonie	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	3	4	-	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	0	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	1
Totale	12	51	1	64
%	18,8	79,7	1,6	100,0

Tav. III.21 - Caseifici per classe di spesa in aggiornamento professionale e per tipologia di prodotto nel 2004 (valori in Euro)

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI SPESA PER AGGIORNAMENTI PROFESSIONALI				Totale
	0	<500	500-2.000	Oltre 2000	
Caciocavallo Palermitano	4	-	-	-	4
Fiore Sicano	1	-	1	-	2
Provola delle Madonie	6	1	1	-	8
Provola dei Nebrodi	9	1	-	-	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	-	3
Ragusano DOP	3	-	-	-	3
Pecorino DOP	4	-	-	-	4
Piacentino Ennese	4	-	-	-	4
Vastedda della Valle del Belice	9	-	-	-	9
Maiorchino	5	-	1	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	1	-	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	4	1	1	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	-	1
Totale	54	5	4	1	64
%	84,4	7,8	6,3	1,6	100,0

Tav.III.22 - Caseifici per classe di investimenti effettuati negli ultimi tre anni e per tipologia di prodotto (valori in migliaia di Euro)

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI SPESA PER INVESTIMENTI				Totale
	Nulla (= 0 euro)	Bassa (< 50 mila Euro)	Media (50-250)	Alta (oltre 250)	
Provola delle Madonie	1	2	3	2	8
Provola dei Nebrodi	3	2	4	1	10
Vastedda della Valle del Belice	2	3	4	-	9
Piacentino Ennese	1	0	2	1	4
Caciocavallo Palermitano	-	2	1	1	4
Maiorchino	-	5	-	1	6
Fiore Sicano	-	-	1	1	2
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	3	3	-	1	7
Cosacavaddu Ibleo	-	1	2	-	3
Pecorino DOP	2	-	2	-	4
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	1	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	1	-	1
Ragusano DOP	2	1	-	-	3
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	-	1
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	1	-	-	-	1
Totale	15	20	20	9	64
%	23,4	31,3	31,3	14,1	100,0

Tav. III.23- Caseifici per utilizzazione di incentivi pubblici e per tipologia casearia

FORMAGGI STORICI	INCENTIVI PUBBLICI		
	No	Si	Totale
Caciocavallo Palermitano	1	3	4
Fiore Sicano	-	2	2
Provola delle Madonie	3	4	7
Provola dei Nebrodi	4	3	7
Cosacavaddu Ibleo	1	2	3
Ragusano DOP	1	0	1
Pecorino DOP	1	1	2
Piacentino Ennese	-	3	3
Vastedda della Valle del Belice	3	4	7
Maiorchino	5	1	6
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	-	-
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	3	1	4
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	1
Totale	23	26	49
%	46,9	53,1	100,0

Tav.III.24. - Caseifici per classe di investimenti effettuati negli ultimi tre anni, per utilizzazione di incentivi pubblici e per tipologia di prodotto (valori in migliaia di Euro)

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI INVESTIMENTO							
	CASEIFICI CHE HANNO USUFRUITO DI FINANZIAMENTI PUBBLICI				CASEIFICI CHE NON HANNO USUFRUITO DI FINANZIAMENTI PUBBLICI			
	Bassa (< 50 mila Euro)	Media (50-250)	Alta (oltre 250)	Totale	Bassa (< 50 mila Euro)	Media (50-250)	Alta (oltre 250)	Totale
Caciocavallo Palermitano	1	1	1	3	1	-	-	1
Fiore Sicano	-	1	1	2	-	-	-	-
Provola delle Madonie	-	3	1	4	2	-	1	3
Provola dei Nebrodi	-	2	1	3	2	2	-	4
Cosacavaddu Ibleo	-	2	-	2	1	-	-	1
Ragusano DOP	-	-	-	-	1	-	-	1
Pecorino DOP	-	1	-	1	-	1	-	1
Piacentino Ennese	-	2	1	3	-	-	-	-
Vastedda della Valle del Belice	1	3	-	4	2	1	-	3
Maiorchino	-	-	1	1	5	-	-	5
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	-	-	-	-	-	-	-
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	-	1	1	3	-	-	3
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	1	1	-	-	-	-
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	1	-	-	1	-	-	-	-
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	-	-	-	1	-	1
Totale	3	15	8	26	17	5	1	23
%	11,5	57,7	30,8	100,0	73,9	21,7	4,3	100,0

Tav.III.25 - Caseifici per tipo di certificazione volontaria posseduta e per prodotto

	CERTIFICAZIONI VOLONTARIE								No certif.	Tot.
	ISO 9001:2000	ISO 14001	ISO 14001e 9001	ISO 9001 e UNI 10939	Bio	DOP	DOP/Bio			
FORMAGGI STORICI										
Caciocavallo Palermitano	-	-	-	-	-	-	-	4	4	
Fiore Sicano	-	-	-	-	1	-	-	1	2	
Provola delle Madonie	-	-	-	-	2	-	-	6	8	
Provola dei Nebrodi	3	-	1	1	-	-	-	5	10	
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-	-	-	3	3	
Ragusano DOP	-	-	-	-	-	3	-	-	3	
Pecorino DOP	-	-	-	-	-	3	1	-	4	
Piacentino Ennese	1	-	-	-	2	-	-	1	4	
Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	-	-	-	-	8	9	
Maiorchino	-	-	-	-	1	-	-	5	6	
Caciocavallo Palermitano - Provola delle Madonie	-	-	-	-	-	-	-	1	1	
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-	7	-	-	7	
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	-	-	1	-	-	1	
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	-	-	-	1	-	1	
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	-	-	-	1	-	-	1	
Totale	4	1	1	1	6	15	2	34	64	
%	6,3	1,6	1,6	1,6	9,4	23,4	3,1	53,1	100,0	

Tav.III.26 - Caseifici per attività promopubblicitaria e per prodotto

FORMAGGI STORICI	PROMO - PUBBLICITA'				
	Promo- pubblicità	Pubblicità	Promozione	No Promo- pubblicità	Totale
Caciocavallo Palermitano	1	-	3	-	4
Fiore Sicano	1	-	1	-	2
Provola delle Madonie	3	-	4	1	8
Provola dei Nebrodi	3	-	6	1	10
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	3	3
Ragusano DOP	1	-	1	1	3
Pecorino DOP	1	1	-	2	4
Piacentino Ennese	3	-	1	-	4
Vastedda della Valle del Belice	2	-	2	5	9
Maiorchino	5	-	1	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	2	-	2	3	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	1	-	-	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	1	-	-	-	1
Totale	24	1	23	16	64
%	37,5	1,6	35,9	25,0	100,0

Tav. III.27 - Caseifici per tipologia di mezzi promozionali e per prodotto

FORMAGGI STORICI	MEZZI PROMOZIONALI			
	Offerte speciali	Fiere	Sponsorizzazioni	N. caseifici che fanno promozione
Caciocavallo Palermitano	-	4	1	4
Fiore Sicano	1	2	1	2
Provola delle Madonie	-	7	-	7
Provola dei Nebrodi	-	9	-	9
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-
Ragusano DOP	-	2	-	2
Pecorino DOP	-	1	-	1
Piacentino Ennese	2	4	3	4
Vastedda della Valle del Belice	1	4	1	4
Maiorchino	-	6	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	1	4	2	4
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	1
Totale	5	47	9	47
%*	10,6	100,0	19,1	100,0

**) Il rapporto percentuale è calcolato rispetto al totale caseifici rilevati che utilizzano mezzi promozionali per tipologia casearia. Una stessa azienda potendo utilizzare più mezzi promozionali può essere conteggiata più volte; per questo motivo la somma per riga non è pari a 100*

Tav.III.28.- Caseifici per tipologia di mezzi pubblicitari e per prodotto

FORMAGGI STORICI	MEZZI PUBBLICITARI				N. caseifici che fanno pubblicità
	Radio/Tv	Biglietti da visita/brochure	Cartellonistica	Stampa	
Caciocavallo Palermitano	-	1	1	-	1
Fiore Sicano	-	1	-	-	1
Provola delle Madonie	1	2	-	1	3
Provola dei Nebrodi	-	2	-	1	3
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-
Ragusano DOP	-	1	-	-	1
Pecorino DOP	-	2	-	-	2
Piacentino Ennese	-	3	1	-	3
Vastedda della Valle del Belice	-	1	-	3	2
Maiorchino	3	5	2	2	5
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	-	-	-	-
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	1	2	1	-	2
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	1	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	-	-
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	1	1	1	1
Totale	5	22	6	9	25
%*	20,0	88,0	24,0	36,0	100,0

**) Il rapporto percentuale è calcolato rispetto al totale caseifici rilevati che utilizzano mezzi pubblicitari per tipologia casearia. Una stessa azienda potendo utilizzare più mezzi pubblicitari può essere conteggiata più volte; per questo motivo la somma per riga non è pari a 100*

Tav.III.29 -Caseifici per classe di spesa in attività promopubblicitaria e per tipologia di prodotto
(spesa in euro)

FORMAGGI STORICI	CLASSE DI SPESA PROMOPUBBLICITARIA					Totale
	0	<500	500-2.500	2.500-5.000	Oltre 5.000	
Caciocavallo Palermitano	-	2	2	-	-	4
Fiore Sicano	-	1	1	-	-	2
Provola delle Madonie	1	-	6	1	-	8
Provola dei Nebrodi	1	1	6	2	-	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	-	-	3
Ragusano DOP	1	1	1	-	-	3
Pecorino DOP	2	1	1	-	-	4
Piacentino Ennese	-	-	1	-	3	4
Vastedda della Valle del Belice	5	2	1	1	-	9
Maiorchino	-	4	2	-	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	1	-	-	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	3	1	2	-	1	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	1	-	-	1
Totale	16	14	24	5	5	64
%	25,0	21,9	37,5	7,8	7,8	100,0

Tav.III.30- Caseifici per classe di spesa in attività promopubblicitaria e per classe di fatturato
(spesa in euro, fatturato in migliaia di Euro)

FATTURATO	CLASSE DI SPESA PROMOPUBBLICITARIA					Totale
	0	<500	500-2.500	2.600-5.000	Oltre 5.000	
Fino a 250	16	13	22	4	1	56
250-500	-	1	1	1	1	4
oltre 500	-	-	1	-	3	4
Totale	16	14	24	5	5	64
%	25,0	21,9	37,5	7,8	7,8	100,0

Tav. III.31- Caseifici rilevati per destinazione dell'attività pubblicitaria e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	MERCATI - PUBBLICITA'				Totale
	Sicilia	Italia	Sicilia/Italia	Sicilia/Italia/Estero	
Caciocavallo Palermitano	-	-	1	-	1
Fiore Sicano	1	-	-	-	1
Provola delle Madonie	3	-	-	-	3
Provola dei Nebrodi	1	-	2	-	3
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-
Ragusano DOP	-	-	1	-	1
Pecorino DOP	2	-	-	-	2
Piacentino Ennese	2	-	-	1	3
Vastedda della Valle del Belice	-	1	1	-	2
Maiorchino	-	-	5	-	5
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	-	-	-	-
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	1	-	-	1	2
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	-	-	-
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	1	-	1
Totale	10	1	11	3	25
%	40,0	4,0	44,0	12,0	100,0

Tav.A III.32 - Caseifici per destinazione dell'attività promozionale e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	MERCATI - PROMOZIONE				
	Sicilia	Italia	Sicilia/Italia	Sicilia/Italia/Estero	Totale
Caciocavallo Palermitano	2	-	2	-	4
Fiore Sicano	2	-	-	-	2
Provola delle Madonie	2	2	3	-	7
Provola dei Nebrodi	6	-	3	-	9
Cosacavaddu Ibleo	-	-	-	-	-
Ragusano DOP	1	-	1	-	2
Pecorino DOP	1	-	-	-	1
Piacentino Ennese	2	-	1	1	4
Vastedda della Valle del Belice	2	-	2	-	4
Maiorchino	4	-	2	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	2	-	1	1	4
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	1	-	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	1	-	1
Totale	24	2	19	2	47
%	51,1	4,3	40,4	4,3	100,0

III.4 Aspetti dell'organizzazione commerciale

I formaggi storici siciliani trovano nel contesto locale o al più in quello regionale il principale se non addirittura l'unico mercato di sbocco. Sono esattamente 37, pari al 57,8% del totale, i caseifici rilevati che commercializzano il proprio prodotto esclusivamente in Sicilia; mentre il 42,2% raggiunge con piccoli quantitativi anche il nord Italia (27) e l'estero (11). Si segnala inoltre, un produttore di Pecorino DOP che commercializza esclusivamente nel nord Italia (Tav. III.33).

L'analisi delle destinazioni commerciali riguarda le singole produzioni casearie, che ammontano a 75, realizzate dai 64 caseifici già esaminati.

A livello regionale, risulta consistente la percentuale dei formaggi (41,9%) che i caseifici collocano esclusivamente in ambito locale. Sono invece 40, pari al 54,1% del totale, i prodotti che si collocano nelle province vicine e talora anche in quelle più lontane (Piacentino Ennese e le due DOP) dal luogo di produzione (Tav. III.34).

Relativamente a tali dinamiche, si stima⁵⁹ che la produzione casearia storica siciliana (in quantità) rimane per il 73% in Sicilia, per il 23% arriva sui mercati del Nord Italia e per il 4% raggiunge le famiglie siciliane che vivono soprattutto negli Stati Uniti ed in Germania. La quota parte della produzione che non varca i confini regionali viene commercializzata per il 54% nello stesso comprensorio in cui è stata prodotta.

Considerando l'aspetto commerciale di ciascun formaggio studiato, mentre il Caciocavallo Palermitano, il Cosacavaddu Ibleo ed il Maiorchino vengono esitati quasi completamente sul mercato regionale; tutte le altre tipologie casearie prese in esame ed in particolare le due DOP ed il Piacentino Ennese giungono anche sui mercati del Nord Italia ed esteri.

⁵⁹ La stima ha carattere esclusivamente indicativo.

Si tratta comunque di quantitativi alquanto limitati: la distribuzione percentuale stimata della produzione per mercato di destinazione e per tipo di prodotto indica che per tutti i formaggi la percentuale della produzione che rimane entro i confini regionali varia tra il 70 ed il 99% ad esclusione del Piacentino Ennese e del Pecorino DOP per i quali buona parte della produzione – rispettivamente il 48 ed il 65% – viene commercializzata nel Nord Italia.

In particolare il Pecorino DOP è l'unico tra i formaggi storici considerati ad essere commercializzato prevalentemente nel Nord Italia: secondo quanto riferiscono sia i produttori che i principali commercianti-affinatori, il consumatore siciliano preferisce alla DOP – di cui in molti casi non conosce neppure il significato della sigla – il pecorino “ordinario” con i grani di pepe, il quale, per di più, viene commercializzato ad un prezzo inferiore rispetto alla DOP.

Il commercio delle tipicità casearie siciliane si avvale di diversi sistemi di vendita: ciascun caseificio in realtà può impiegare più di un canale di vendita e la scelta dipende prevalentemente dalla destinazione geografica del prodotto (Sicilia, Italia, Estero).

Dai dati raccolti emerge che i canali distributivi più utilizzati dai caseifici intervistati sono la vendita diretta (in azienda, nel proprio esercizio commerciale situato nel centro urbano, in alcuni punti vendita della GDO⁶⁰, al negozio specializzato ed alla ristorazione) e quella non strutturata (grossisti, commercianti-stagionatori, distributori) (Tav. III. 35a, 35b e 35c).

In ambito regionale, la prima tipologia di vendita prevale in modo significativo sulla seconda (la vendita diretta è adottata per il 78,4% dei 74 prodotti commercializzati in Sicilia), mentre a livello nazionale le due forme vengono impiegate più o meno nella stessa misura (18 per la vendita diretta e 19 per la vendita non strutturata su di un totale di 38 formaggi commercializzati in

⁶⁰ Piccole quantità di prodotto sono commercializzate da singoli punti vendita della GDO in prossimità della zona di produzione.

Italia). Sul mercato estero, invece, la modalità di vendita prevalente è non strutturata (13 su 18 prodotti diretti all'estero). La vendita diretta a livello nazionale e/o all'estero viene invece realizzata attraverso l'utilizzo del corriere.

Le forme di commercializzazione che si basano su di una rete di venditori oppure sull'intermediazione di rappresentanti sono poco impiegate, per niente utilizzato risulta invece il commercio elettronico. Tale risultato non sorprende affatto se si pensa alla modestissima diffusione dei siti internet aziendali e, in generale, delle connessioni alla rete.

Dei 58 formaggi/caseifici che fanno vendita diretta, il 72,4% possiede un proprio punto vendita che, nella maggior parte dei casi, si trova presso la sede aziendale; soltanto in tre casi il caseificio dispone di un esercizio commerciale (salumeria, macelleria) localizzato nel centro urbano.

Vengono commercializzati in ambito regionale, quasi esclusivamente attraverso la vendita diretta, le due Provole, la Vastedda del Belice, il Caciocavallo Palermitano ed il Fiore Sicano. Per gli altri prodotti caseari viene utilizzata anche la vendita non strutturata ad eccezione del Piacentino Ennese, per il quale prevale la vendita con rete propria.

Nel nord Italia ed all'estero (Stati Uniti e Germania ma anche Francia e Svizzera) la Vastedda della Valle del Belice e la Provola dei Nebrodi arrivano quasi esclusivamente tramite corriere e soddisfano la richiesta di emigrati siciliani che ricercano in questi formaggi i "sapori" della propria terra. Al contrario, la commercializzazione delle due DOP e del Piacentino Ennese avviene in prevalenza tramite grossisti (commercianti-stagionatori nel caso delle due DOP) ed importatori ed alimenta la richiesta, seppur modesta, da parte delle gastronomie, ristoranti e talora anche di qualche punto vendita nazionale della GDO.

In Sicilia il circuito di vendita più frequentato dai formaggi storici siciliani è rappresentato dalle salumerie, macellerie, piccoli negozi di alimentari ed in

misura minore, da negozi specializzati e gastronomie: il 75,7%⁶¹ dei caseifici rilevati, infatti, consegna l'intera produzione o parte di essa, ai dettaglianti⁶², direttamente oppure tramite il grossista (commerciante-stagionatore per le due DOP) (Tav. III.36).

Il secondo circuito di vendita in ordine di importanza è rappresentato dal punto vendita aziendale (37 su 74 formaggi commercializzati in Sicilia), mentre i caseifici consegnano a ristoranti ed esercizi della GDO, rispettivamente, 34 e 30 formaggi. La ristorazione rurale (agriturismo e turismo rurale) invece, è il canale di vendita meno utilizzato (32,4%).

Il punto vendita aziendale viene utilizzato in prevalenza dai caseifici che producono le due Provole ed il Cosacavaddu Ibleo, mentre, attraverso il negozio al dettaglio vengono commercializzati soprattutto la provola delle Madonie, il Ragusano DOP e la Vastedda della Valle del Belice. Nella ristorazione (rurale e non) troviamo, invece, il Caciocavallo Palermitano, le due Provole ed il Ragusano DOP.

Tutti i formaggi citati sono presenti, sebbene in maniera discontinua e puntiforme, all'interno di alcuni esercizi associati alla GDO; nella generalità dei casi, tra le aziende produttrici e la GDO intercorrono dei rapporti di fornitura occasionale e solo per un numero molto limitato di punti vendita. La maggior parte dei caseifici rilevati infatti, non può soddisfare i requisiti base di ingresso negli assortimenti della distribuzione moderna (dimensione minima dei volumi di offerta, omogeneità delle produzioni, garanzia di continuità delle forniture, certificazioni, ecc.). Il Caciocavallo Palermitano ed il Pecorino DOP solo in pochissimi casi sono presenti in esercizi della distribuzione organizzata (sia pure nelle forme precarie descritte) mentre il Maiorchino e il Fiore Sicano sono praticamente del tutto assenti.

⁶¹ In questa percentuale sono considerati anche i tre caseifici che commercializzano i formaggi attraverso il proprio esercizio commerciale.

⁶² La vendita diretta al dettagliante, ai supermercati ed alla ristorazione può prevedere tanto la consegna da parte del produttore che l'acquisto presso il caseificio.

Per quanto riguarda il mercato nazionale ed estero, i caseifici rispondenti non hanno potuto indicare con certezza la destinazione finale dei propri prodotti; poiché, fatta eccezione per piccoli quantitativi di prodotto venduti direttamente dalle aziende utilizzando il corriere, la commercializzazione avviene tramite grossisti e distributori. Si ritiene comunque che, anche in questo caso, l'esercizio commerciale al dettaglio (soprattutto negozi specializzati e gastronomie) rappresenti il principale circuito di vendita dei formaggi storici siciliani.

Tav. .III.33- Caseifici per mercato di commercializzazione e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	MERCATI				Totale
	Sicilia	Italia	Sicilia/Italia	Sicilia/Italia/Estero	
Caciocavallo Palermitano	2	-	2	-	4
Fiore Sicano	2	-	0	-	2
Provola delle Madonie	4	-	4	-	8
Provola dei Nebrodi	6	-	3	1	10
Cosacavaddu Ibleo	3	-	-	-	3
Ragusano DOP	2	-	1	-	3
Pecorino DOP	2	1	1	-	4
Piacentino Ennese	1	-	-	3	4
Vastedda della Valle del Belice	6	-	1	2	9
Maiorchino	5	-	1	-	6
Caciocavallo Palermitano -Provola delle Madonie	-	-	1	-	1
Ragusano DOP- Cosacavaddu Ibleo	4	-	-	3	7
Pecorino DOP - Fiore Sicano	-	-	-	1	1
Pecorino DOP - Piacentino Ennese	-	-	1	-	1
Pecorino DOP- Vastedda della Valle del Belice	-	-	-	1	1
Totale	37	1	15	11	64
%	57,8	1,6	23,4	17,2	100,0

Tav. III.34- Formaggi per mercato di commercializzazione locale e/o regionale e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	MERCATO SICILIA			Totale*
	locale	Regionale	Locale/ regionale	
Caciocavallo Palermitano	2	-	3	5
Fiore Sicano	-	-	3	3
Provola delle Madonie	7	-	2	9
Provola dei Nebrodi	4	-	6	10
Cosacavaddu Ibleo	6	-	4	10
Ragusano DOP	4	-	6	10
Pecorino DOP	-	3	3	6
Piacentino Ennese	1	-	4	5
Vastedda della Valle del Belice	5	-	5	10
Maiorchino	2	-	4	6
Totale	31	3	40	74
%	41,9	4,1	54,1	100,0

*) Totale caseifici che commercializzano il prodotto in Sicilia

Tav. III.35a- Formaggi per canale distributivo in Sicilia e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	CANALE DISTRIBUTIVO SICILIA				N. caseifici
	Vendita diretta	Rete propria	Intermediari	Non strutturata	
Caciocavallo Palermitano	4	1	2	3	5
Fiore Sicano	3	-	-	1	3
Provola delle Madonie	9	-	1	2	9
Provola dei Nebrodi	10	-	-	2	10
Cosacavaddu Ibleo	6	1	1	3	10
Ragusano DOP	6	1	2	4	10
Pecorino DOP	4	-	-	2	6
Piacentino Ennese	2	3	-	1	5
Vastedda della Valle del Belice	10	-	1	1	10
Maiorchino	4	3	-	1	6
Totale	58	9	7	20	74
%*	78,4	12,2	9,5	27,0	

*) Il rapporto percentuale è calcolato rispetto al totale caseifici rilevati che commercializzano il proprio prodotto in Sicilia per tipologia casearia. Una stessa azienda potendo utilizzare più canali distributivi può essere conteggiata più volte: per questo motivo la somma per riga non è pari a 100

Tav. III.35b- Formaggi per canale distributivo in Italia e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	CANALE DISTRIBUTIVO ITALIA				N. caseifici
	Vendita diretta	Rete propria	Intermediari	Non strutturata	
Caciocavallo Palermitano	-	1	1	1	3
Fiore Sicano	1	-	-	-	1
Provola delle Madonie	3	-	1	2	5
Provola dei Nebrodi	3	-	-	1	4
Cosacavaddu Ibleo	-	-	1	2	3
Ragusano DOP	3	-	1	6	8
Pecorino DOP	3	-	-	3	5
Piacentino Ennese	1	-	1	3	4
Vastedda della Valle del Belice	4	-	-	1	4
Maiorchino	-	1	-	-	1
Totale	18	2	5	19	38
%*	47,4	5,3	13,2	50,0	

*) Il rapporto percentuale è calcolato rispetto al totale caseifici rilevati che commercializzano il proprio prodotto in Italia per tipologia casearia. Una stessa azienda potendo utilizzare più canali distributivi può essere conteggiata più volte: per questo motivo la somma per riga non è pari a 100

Tav. III.35c- Formaggi per canale distributivo all'Estero e per tipologia di prodotto

FORMAGGI STORICI	CANALE DISTRIBUTIVO ESTERO				N. caseifici
	Vendita diretta	Rete propria	Intermediari	Non strutturata	
Caciocavallo Palermitano	-	-	-	-	-
Fiore Sicano	-	-	-	1	1
Provola delle Madonie	-	-	-	-	-
Provola dei Nebrodi	1	-	-	-	1
Cosacavaddu Ibleo	1	-	-	3	3
Ragusano DOP	1	-	1	5	5
Pecorino DOP	1	-	1	2	2
Piacentino Ennese	1	-	-	2	3
Vastedda della Valle del Belice	4	-	-	-	3
Maiorchino	-	-	-	-	-
Totale	9	-	2	13	18
%*	50,0	0,0	11,1	72,2	

*) Il rapporto percentuale è calcolato rispetto al totale caseifici che commercializzano il proprio prodotto all'estero per tipologia casearia. Una stessa azienda potendo utilizzare più canali distributivi può essere conteggiata più volte: per questo motivo la somma per riga non è pari a 100

Tav. III.36 -Formaggi rilevati per circuito di vendita e per prodotto in Sicilia

FORMAGGI STORICI	CIRCUITO DI VENDITA					Totale
	Punto vendita aziendale	GDO	Dettaglio	Ristorazione rurale	Ristoranti	
Caciocavallo						
Palermitano	4	2	5	5	5	5
Fiore Sicano	2	0	3	1	3	3
Provola delle Madonie	7	4	9	3	6	9
Provola dei Nebrodi	5	4	4	6	6	10
Cosacavaddu Ibleo	5	4	5	0	4	10
Ragusano DOP	4	4	7	2	5	10
Pecorino DOP*	2	2	4	1	1	6
Piacentino Ennese	3	4	5	2	3	5
Vastedda della Valle del Belice	4	6	8	2	0	10
Maiorchino	1	0	6	2	1	6
Totale	37	30	56	24	34	74
%**	50,0	40,5	75,7	32,4	45,9	

*) Per il Pecorino DOP, sono in tutto 4 i caseifici con il punto vendita, tuttavia due di loro cedono il prodotto interamente al commerciante-stagionatore e pertanto non vengono considerati.

**) Il rapporto percentuale è calcolato rispetto al totale caseifici rilevati per ogni tipologia casearia considerata. Una stessa azienda potendo utilizzare più circuiti di vendita può essere conteggiata più volte: per questo motivo la somma per riga non è pari a 100.

IV. LE MOTIVAZIONI, LE DIFFICOLTÀ ED I VANTAGGI LEGATI ALLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI FORMAGGI STORICI DI NICCHIA SICILIANI: I RISULTATI DELL'INDAGINE

IV.1. LE MOTIVAZIONI

Le motivazioni/aspettative che spingono le imprese a produrre i formaggi della tradizione siciliana sono classificabili in “interne” ed “esterne”.

Le prime si riferiscono al senso di appartenenza che il “casaro” prova verso la famiglia da cui proviene e nei confronti del contesto socioculturale e storico-ambientale in cui vive e lavora.

Le motivazioni definite “esterne” invece, si ricollegano alla domanda del mercato ed ai benefici che da essa possono scaturire. Inoltre tra i motivi “esterni” si può annoverare l’interesse della collettività che si esprime attraverso le agevolazioni e gli incentivi erogati da parte degli Enti pubblici (Tav. IV.1).

Tav. IV.1. Motivazioni/aspettative che hanno spinto i caseifici a produrre i formaggi storici siciliani

Motivazioni/aspettative interne

Per tradizione familiare
Per portare avanti l’antica tradizione casearia siciliana

Motivazioni/aspettative esterne

Per soddisfare le richieste del mercato
Per realizzare prezzi di vendita più elevati
Per usufruire di finanziamenti pubblici
Per ampliare il portafoglio clienti

Gli imprenditori intervistati hanno mostrato la piena consapevolezza di essere i principali custodi di antichi saperi radicati nel territorio. Proprio questa consapevolezza, ravvivata dalla crescente attenzione del mercato nei confronti dei prodotti tipici, ha rappresentato la principale determinante nella scelta di recuperare le tradizionali produzioni casearie locali. L’impegno profuso da

questi imprenditori nel seguire gli antichi procedimenti tramandati di padre in figlio, si è anche tradotto nell'aspettativa di trovare nel mercato possibili spazi di crescita (Tav. IV.2).

Poca importanza nella determinazione della scelta viene attribuita, invece, alla possibilità di usufruire del sostegno pubblico. Il 52% degli imprenditori intervistati, infatti, non lo ha considerato una motivazione, ma bensì, uno strumento di lavoro. Nel 48% dei casi invece, il finanziamento è stato giudicato uno stimolo poco motivante a causa del farraginoso iter burocratico necessario per l'espletamento delle pratiche.

Le principali motivazioni indicate dai caseifici rispondenti riguardano infatti l'interesse di **portare avanti l'antica tradizione casearia** e di soddisfare le **richieste del mercato**; alle quali è stato attribuito un giudizio rispettivamente di 2,5 e di 2,2⁶³. Minore importanza è stata assegnata all'aspettativa di **ampliare il portafoglio clienti** e di **realizzare prezzi di vendita più elevati** (giudizio pari a 1,9 per entrambe le motivazioni). **La tradizione lavorativa familiare**, pur essendo stata giudicata una motivazione importante (giudizio 1,8), non è stata considerata fondamentale per la scelta.

L'interesse mostrato dagli imprenditori nei confronti dell'antica arte casearia, dunque, più che scaturire dall'attaccamento alle radici familiari e socio-culturali, appare correlato agli stimoli provenienti dal mercato. Tuttavia, gli imprenditori si mostrano fortemente motivati dall'attenzione che i consumatori rivolgono ai prodotti tipici (giudizio 2,2), mentre ripongono un'aspettativa più prudente in merito all'acquisizione di nuovi clienti e all'ottenimento di un più alto prezzo di vendita dei prodotti (1,9).

Il punteggio più basso (0,3) infine, è stato attribuito alla motivazione riguardante i **finanziamenti pubblici**: giudicata dai caseifici rispondenti di nessuna importanza.

⁶³ Come riportato in metodologia, il voto può assumere valori compresi tra 0 e 3.

La “tradizione casearia siciliana” è una motivazione molto sentita da tutti i comparti produttivi considerati: i giudizi, infatti, variano da 2,3 della Vastedda della Valle del Belice a 3,0 del Piacentino Ennese. Soltanto i caseifici che producono il Cosacavaddu Ibleo hanno espresso una valutazione di poco inferiore a 2.

In particolare, il livello di importanza attribuito alla “tradizione casearia” si avvicina maggiormente al valore assegnato agli stimoli provenienti dal mercato nel caso dei “grandi formaggi⁶⁴”, quali le due DOP ed il Piacentino Ennese e nel caso della piccola realtà produttiva del Maiorchino. Mentre, per le produzioni che mostrano un più forte attaccamento alla “tradizione familiare” (le due Provole ed il Caciocavallo Palermitano), le motivazioni di mercato rivestono un’importanza minore rispetto alla “tradizione casearia”.

Tra gli stimoli provenienti dal mercato, l’intento di assecondare la domanda è maggiormente sentito per il Pecorino DOP (giudizio 2,5) e per il Maiorchino (3,0), mentre l’aspettativa di più alta remunerazione (attraverso il prezzo) è manifestata per il Ragusano DOP (giudizio 2,5). Tuttavia, se per i due formaggi a denominazione, le motivazioni di mercato possono rappresentare benefici potenzialmente realizzabili nel futuro prossimo; per la realtà produttiva del Maiorchino – caratterizzata da ritardi strutturali ed organizzativi maggiori rispetto alle due DOP – assumono la connotazione di obiettivi di lungo periodo. In quest’ultimo caso, infatti, i giudizi attribuiti alle aspettative di mercato, esprimono il forte entusiasmo dei produttori nei confronti dell’attività svolta, da qualche anno, dal Comune di Novara di Sicilia a favore della promozione e valorizzazione del formaggio.

Per il Ragusano DOP e per il Pecorino DOP, la grande importanza attribuita all’aumento dei prezzi di vendita (rispettivamente 2,5 e 2,3), si ricollega alla

⁶⁴ Si sono definiti “grandi” il Ragusano DOP, il Pecorino DOP e il Piacentino Ennese, non tanto con riferimento alla dimensione produttiva quanto piuttosto per la presenza di aziende di maggiore imprenditorialità e che si avvalgono di strumenti di valorizzazione come i marchi comunitari e le certificazioni volontarie.

forte aspettativa dei produttori di ottenere dalla DOP quel valore aggiunto non realizzabile con una produzione di tipo ordinario. Infatti, questo aspetto risulta più importante per le imprese del Ragusano DOP, piuttosto che per quelle interessate alla produzione del Cosacavaddu ibleo (giudizio: 1,5). Tuttavia, a distanza di diversi anni dalla registrazione, entrambe le DOP concentrano quantitativi di prodotto marginali rispetto a quello che si produce nei rispettivi areali indicati nei disciplinari e questo, inevitabilmente, limita le potenzialità di crescita economica del comparto.

A fronte dell'imminente acquisizione del marchio UE, le aspettative di crescita commerciale manifestate dai produttori della Vastedda della Valle del Belice risultano superiori a quelle indicate per il Caciocavallo Palermitano (richieste di mercato: giudizio 2,4 per la Vastedda, 1,4 per il Caciocavallo; realizzazione di prezzi di vendita più elevati: giudizio 2,1 e 1,2, rispettivamente; ampliamento del portafoglio clienti: giudizio 2,1 e 0,8, rispettivamente). In quest'ultimo caso infatti, a differenza di quanto accade per la Vastedda, i possibili benefici derivanti dal riconoscimento comunitario si scontrano con i limiti di una filiera che deve ancora affrontare l'importante questione della sicurezza igienico-sanitaria delle strutture e degli allevamenti.

Infine, i finanziamenti pubblici sono stati giudicati di nessuna importanza (giudizio da 0,0 a 0,4) in 8 casi su 10. Soltanto i produttori del Caciocavallo Palermitano e del Maiorchino hanno mostrato un, seppur minimo, interesse per questo aspetto, attribuendogli il giudizio "poco importante" (rispettivamente: 1,0 e 0,7).

Tav. IV.2 - Motivazioni/aspettative espresse dai caseifici - voto medio

FORMAGGI STORICI	MOTIVAZIONI/ASPETTATIVE					
	Tradizione familiare	Tradizione casearia	Richieste del mercato	Incremento dei prezzi	Incremento della clientela	Finanziamenti pubblici
Caciocavallo Palermitano	2,6	2,4	1,4	1,2	0,8	1,0
Fiore Sicano	0,0	2,7	1,7	1,0	1,0	0,0
Provola delle Madonie	2,2	2,6	2,2	1,4	1,9	0,4
Provola dei Nebrodi	2,5	2,7	2,1	2,0	2,1	0,3
Cosacavaddu Ibleo	1,2	1,7	1,9	1,5	1,6	0,3
Ragusano DOP	1,5	2,4	2,0	2,5	2,0	0,2
Pecorino DOP	2,0	2,9	2,6	2,3	2,0	0,1
Piacentino Ennese	2,0	3,0	2,4	1,6	1,8	0,0
Vastedda della Valle del Belice	1,8	2,3	2,4	2,1	2,1	0,2
Maiorchino	1,8	2,7	3,0	2,3	2,3	0,7
Totale	1,8	2,5	2,2	1,9	1,9	0,3

IV.2 LE DIFFICOLTÀ E LE CRITICITÀ

Le difficoltà/criticità legate alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani, a cui i caseifici intervistati sono stati chiamati ad attribuire un livello di giudizio, si riferiscono sia all'attività di caseificazione e all'organizzazione aziendale, sia al rapporto che l'impresa ha con il mercato, con le istituzioni e con il contesto socio-culturale ed ambientale in cui opera. Si possono pertanto distinguere difficoltà "interne" e difficoltà "esterne" (Tav. IV.3).

Tav. IV.3 - Difficoltà/criticità legate alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani

Difficoltà/criticità interne

Maggiore impiego di risorse umane e di tempo

Difficoltà di realizzare investimenti da parte di una singola piccola impresa

Aggravio dei costi di produzione

Impossibilità economica di promuovere il prodotto

Maggiori rischi legati all'utilizzo del latte crudo

Difficoltà nel reperire materia prima di qualità

Difficoltà legate all'utilizzo delle tecniche e degli attrezzi della tradizione casearia

Rispetto del disciplinare di produzione

Difficoltà/criticità esterne

Sostegno economico pubblico insufficiente

Iniziative di supporto al prodotto tipico non abbastanza efficaci

Mancanza di forme associative che concentrino l'offerta

Mancanza di un sistema di servizi alle imprese (certificazione, studi di marketing, ricerche di mercato, ecc.)

Scarsa conoscenza da parte del consumatore

Scarso potere contrattuale e sottovalutazione del prezzo di vendita

Livello di reddito modesto

Mancanza di risorse professionali

Quote latte (nel caso in cui si producano formaggi vaccini)

La normativa igienico-sanitaria

Distanza della produzione dai luoghi di consumo (città, località turistiche)

L'interesse del mercato per le produzioni tipiche

Come è stato evidenziato nella sezione motivazioni/aspettative, l'interesse mostrato dagli imprenditori nei confronti dell'antica arte casearia appare strettamente correlato all'aspettativa di trovare nel mercato possibili spazi di crescita. I produttori infatti, sono a conoscenza del crescente fenomeno di riscoperta e di consumo dei prodotti tipici; tuttavia, si trovano a dover affrontare una serie di problematiche reali che, inevitabilmente, si scontrano con le aspettative di crescita (Tav. IV.4).

I formaggi storici siciliani infatti, pur rientrando a pieno titolo nel novero della categoria dei prodotti tipici, non riescono ancora ad uscire dal ristretto giro locale nel quale vengono commercializzati, realizzando livelli di prezzo insoddisfacenti a fronte di costi di produzione elevati che li rendono non competitivi.

Il finanziamento pubblico viene considerato poco motivante nella scelta di produrre i formaggi storici; infatti, la modesta attitudine professionale ed imprenditoriale dei produttori, porta a considerare inadeguato il supporto proveniente dal sussidio pubblico. L'insufficiente supporto economico viene, anzi, considerato come il principale ostacolo al miglioramento delle strutture e dei redditi del comparto. Non si rileva, invece, consapevolezza dei limiti esistenti all'interno della "filiera tipica" stessa, quali: mancanza di aggregazione, scarsa professionalità, debole orientamento al marketing e propensione all'innovazione.

La scarsa presenza di forme di aggregazione dell'offerta e dei servizi alle imprese viene attribuita principalmente all'assenza di un servizio pubblico che sostenga finanziariamente e professionalmente la politica associativa, mentre, solo in pochi casi, si riconosce il ruolo del carattere fortemente individualista che contraddistingue gli imprenditori siciliani.

La principale criticità indicata dai caseifici riguarda, infatti, **l'inadeguatezza dell'intervento pubblico**, alla quale è stato attribuito un giudizio di 2,7. Al secondo posto in ordine di importanza si trova il problema

degli **scarsi ritorni economici generati dall'attività promozionale pubblica** e della **mancanza di forme associative che concentrino l'offerta** (giudizio: 2,3 per entrambi i parametri).

Importanti sono, inoltre, le **problematiche di tipo economico-gestionale** (aggravio dei costi di produzione, maggiore impiego di risorse umane e di tempo, difficoltà di realizzare investimenti da parte di una singola piccola impresa, mancanza di servizi alle imprese) **e di mercato**: la produzione tipica non garantisce un adeguato livello di reddito, scarso potere contrattuale e sottovalutazione del prezzo di vendita, scarsa conoscenza da parte del consumatore (il giudizio, in questi casi, varia da 1,8 a 2,1).

Meno importanti risultano invece gli aspetti inerenti **l'impossibilità di pubblicizzare i prodotti** e la **mancanza di risorse professionali** (giudizio: 1,5 per entrambi i parametri). In merito a questi due parametri, i caseifici non hanno espresso un parere prevalente, ma si sono divisi tra il giudizio *poco difficoltoso* e *difficoltoso*.

Infine poco rilevanti (giudizi da 0,3 ad 1,0) sono stati giudicati gli **aspetti attinenti al processo produttivo** (materia prima, attrezzi tradizionali, latte crudo, disciplinare di produzione), alla **distanza della produzione dai luoghi del consumo** (giudizio 1,2) e alla **mancanza di interesse del mercato nei confronti delle produzioni tipiche** (giudizio 0,6).

Un discorso a parte riguarda la questione delle **quote latte**; che, nel caso dei formaggi vaccini considerati, rappresenta un tema di una certa gravità (giudizio: da 2,0 a 2,4). I produttori intervistati ritengono, infatti, che il contingentamento limiti le potenzialità produttive del comparto e la crescita dimensionale delle imprese, rendendo molto difficoltoso il passaggio generazionale. Si avverte, pertanto, tra gli imprenditori, l'esigenza di un sistema di regole per la zootecnia "tipica", che consideri la possibilità di una distribuzione preferenziale delle quote in riserva nazionale e dell'esclusione delle razze bovine autoctone dal contingentamento.

Le difficoltà di ordine interno riconducibili al processo produttivo, quali la qualità della materia prima, l'impiego degli attrezzi della tradizione e soprattutto la normativa igienico-sanitaria sono state considerate critiche soltanto dai caseifici interessati alla produzione del Maiorchino: il giudizio su questi aspetti è stato rispettivamente di 1,8 - 1,7 e di 2,5. I produttori, dunque, pur riponendo nella "tipicità" del Maiorchino grandi aspettative, sono consapevoli dei limiti della filiera e dell'importanza di migliorare gli standard produttivi.

I caseifici, generalmente, utilizzano il latte crudo in piena sicurezza ad esclusione di quelli che producono il Maiorchino (giudizio 2,7), la Provola delle Madonie (1,8) e il Piacentino di Enna (1,6). Nei primi due casi, i produttori, impegnati in un percorso di crescita nel rispetto della qualità originaria e della trasparenza, si mostrano particolarmente sensibili nei riguardi della sanità del latte non trattato termicamente. Nel caso del Piacentino Ennese invece, l'argomento assume una certa importanza per quei caseifici (3 su 5 rilevati) che, di fatto, non avendo un allevamento proprio, devono acquistare il latte da allevatori della zona che, talora, non forniscono le dovute rassicurazioni sulla qualità e salubrità della materia prima. I caseifici in questione pertanto, prima della caseificazione, sottopongono il latte a trattamento termico; che, se da una parte assicura la sanità del latte, dall'altra compromette la validità del metodo di lavorazione tradizionale.

Il maggiore impiego di risorse umane e di tempo e l'aggravio dei costi sono aspetti del processo produttivo avvertiti da tutti i caseifici rilevati, fatta eccezione per il Fiore Sicano ed il Cosacavaddu Ibleo (giudizio rispettivamente Fiore Sicano: 1,0 e 0,7; Cosacavaddu Ibleo: 1,3 e 1,2). Per il primo formaggio, il limitato numero di imprese analizzate, non consente di fare considerazioni di tipo generale; mentre, per il Cosacavaddu Ibleo – che, nella maggior parte dei casi, viene prodotto dagli stessi caseifici che aderiscono alla DOP Ragusano – si può presumere che i giudizi scaturiscano dal confronto tra i due diversi sistemi

di produzione. L'adesione alla DOP, infatti, rispetto alla produzione del formaggio ordinario, comporta maggiori oneri organizzativi (giudizio: Ragusano DOP 1,8; Cosacavaddu Ibleo 1,3) e costi aggiuntivi (giudizio: Ragusano DOP 1,9; Cosacavaddu Ibleo 1,2) derivanti dall'acquisizione e mantenimento del marchio.

Proseguendo nel confronto tra i due sistemi produttivi Iblei, emerge, per entrambi, una certa apprensione in merito ai benefici economici derivanti dalla produzione dei formaggi storici (giudizio: Ragusano DOP 1,9 e Cosacavaddu Ibleo 2,3). Tanto il Cosacavaddu che il Ragusano DOP costituiscono realtà produttive di dimensioni limitate e, pertanto, non adeguate ai requisiti della distribuzione moderna. Il Cosacavaddu, prodotto in quantità assai maggiori del Ragusano, ma privo del requisito qualitativo della DOP, viene massicciamente offerto sul mercato locale dove spunta prezzi modesti; mentre il Ragusano, pur beneficiando di una valutazione commerciale più favorevole, grazie al riconoscimento qualitativo, viene, comunque, penalizzato dall'offerta quantitativamente insufficiente e dalla scarsa organizzazione commerciale.

I produttori del Cosacavaddu Ibleo percepiscono più nettamente come modesta, la capacità remunerativa della produzione tipica (giudizio 2,3), mentre i produttori del Ragusano DOP (1,9) ripongono una discreta fiducia nel valore della scelta qualitativa e della migliore valutazione commerciale: infatti, nella sezione motivazioni, il valore attribuito all'aspettativa di aumentare i prezzi di vendita, risulta più importante per il Ragusano DOP (giudizio 2,5) piuttosto che per le imprese del Cosacavaddu Ibleo (giudizio 1,5). Infine, per entrambi i formaggi, si rivela limitante la presenza sul mercato di figure intermedie, quali i commercianti-stagionatori, che controllano il mercato del prodotto fresco e impongono il prezzo ai produttori.

La difficoltà di affrontare nuovi investimenti riguarda tutti i formaggi: i giudizi su questo aspetto, variano da 1,5 della Vastedda della Valle del Belice a 2,6 della Provola dei Nebrodi. Soltanto le aziende interessate alla produzione

del Fiore Sicano non sembrano avere particolari difficoltà in merito (giudizio 0,7). Gli investimenti, tuttavia, nel caso delle piccole produzioni, riguardano prevalentemente l'adeguamento delle strutture e degli impianti alle nuove norme igienico-sanitarie, mentre per i "grandi formaggi", rappresentano un miglioramento dell'efficienza produttiva.

In generale, i temi riguardanti l'impossibilità di pubblicizzare il prodotto e di reperire professionalità, sono maggiormente sentiti nel caso delle piccole produzioni⁶⁵ (giudizio: rispettivamente da 1,8 a 2,0 e da 1,8 a 2,7) piuttosto che dai "grandi formaggi"⁶⁶ (giudizio: rispettivamente da 1,3 a 1,5 e da 1,0 ad 1,6). Tuttavia, il non percepirli come problemi, è una prerogativa, non soltanto dalle imprese meglio organizzate, che si possono dotare facilmente delle corrette competenze professionali; ma anche di quelle realtà aziendali a conduzione familiare che, senza particolari difficoltà, riescono a vendere tutto il formaggio che producono e "reclutano" le professionalità di cui hanno bisogno all'interno della famiglia stessa dell'imprenditore. In questo caso il concetto di professionalità viene associato, essenzialmente, alla conoscenza delle tecniche di caseificazione tramandate di padre in figlio. Poca importanza, invece, viene attribuita alle competenze necessarie per la gestione di una impresa orientata al mercato, che difficilmente risultano nella disponibilità familiare.

In linea di massima, dunque, le piccole produzioni, risultando più povere rispetto ai "grandi formaggi", in termini di risorse e strumenti, trovano maggiori difficoltà a rapportarsi con il mercato (scarso potere contrattuale e sottovalutazione del prezzo di vendita dei prodotti) e denunciano, quindi, ridotte aspettative di conseguire una più alta remunerazione e un ampliamento del portafoglio clienti.

Considerazioni differenti si possono sviluppare per la realtà produttiva del Maiorchino che, insieme al Piacentino Ennese, non sembra avere incontrato

⁶⁵ Caciocavallo Palermitano, Provola dei Nebrodi, Provola delle Madonie, Fiore Sicano.

⁶⁶ Ragusano DOP, Pecorino Siciliano DOP, Piacentino Ennese.

particolari difficoltà nell'approccio al mercato: i giudizi relativi alla scarsa remunerazione ed al limitato potere contrattuale, infatti, hanno ottenuto una valutazione non superiore ad 1,4. Per il Piacentino, prodotto da imprese generalmente meglio organizzate⁶⁷, l'attendibilità del giudizio è confermata da un rapporto con il mercato consolidato da tempo. Per il Maiorchino, invece, i rapporti con il mercato vanno valutati con prudenza e verificati nel lungo periodo; l'approccio al mercato, infatti, è abbastanza recente, essendo il risultato di una vivace attività di valorizzazione sostenuta, da alcuni anni, dal Comune di Novara di Sicilia.

In merito agli importanti temi dell'associazionismo e dei servizi alle imprese, i caseifici interessati alla produzione del Cosacavaddu Ibleo e del Ragusano DOP hanno espresso il giudizio più basso (giudizio compreso tra 1,5 e 2,1); questo risultato non sorprende, se si considera il buon livello strutturale ed organizzativo raggiunto dalla zootecnia ragusana.

Il sistema del Ragusano DOP si presenta meglio organizzato anche rispetto a quello del Pecorino Siciliano DOP: in questo caso, infatti, gli operatori considerano più critici gli aspetti riguardanti l'aggravio dei costi di produzione (giudizi: Ragusano DOP 1,9; Pecorino DOP 2,4) e la mancanza di associazionismo, professionalità e servizi alle imprese (giudizi rispettivamente: Ragusano DOP 2,0-1,0-1,6; Pecorino Siciliano DOP 3,0-1,6-2,0). Anche la scarsa efficacia delle iniziative pubbliche a supporto del prodotto tipico viene avvertita maggiormente dai produttori del Pecorino DOP (giudizio: 2,9), piuttosto che da quelli interessati alla produzione del Ragusano DOP (2,0).

A fronte dell'imminente acquisizione del marchio di tutela comunitario, le minori aspettative di crescita economica manifestate dai produttori del

⁶⁷ Si collocano nelle classi di fatturato più elevate (Tav. III.5), sono prevalentemente società di persone e di capitale (Tav. III.1) e si sono allontanate dall'azienda zootecnica (3 caseifici su 5 non posseggono l'allevamento – Tav. III.7) per svolgere esclusivamente l'attività di trasformazione.

Caciocavallo Palermitano, rispetto ai casari del Belice⁶⁸, trovano la loro giustificazione nelle maggiori difficoltà economico-gestionali e di mercato che si trovano ad affrontare: gli alti costi di produzione, la mancanza di professionalità, le emergenze strutturali e le questioni legate al mercato⁶⁹, risultano fattori maggiormente critici per il Caciocavallo che per la Vastedda (rispettivamente: Caciocavallo Palermitano 2,4 - 1,8 - 2,6 - 2,4 - 1,6; Vastedda della Valle del Belice 1,4 - 0,7 - 1,5 - 1,8 - 0,6). I caseifici ubicati nella Valle del Belice, inoltre, svolgono la propria attività in un contesto territoriale più favorevole rispetto a quello in cui si pratica l'allevamento della Cinisara (distanza della produzione dai luoghi del consumo; giudizio: Caciocavallo Palermitano 2,0; Vastedda della Valle del Belice 0,8).

I problemi produttivi delle due Provole, in base ai giudizi attribuiti alle diverse difficoltà, si presentano sostanzialmente simili: in particolare, si rileva, da parte della Provola dei Nebrodi una maggiore necessità di investimenti (giudizio: P. Nebrodi 2,6 e P. Madonie 1,8), mentre per la Provola delle Madonie si registra una particolare attenzione all'utilizzo del latte crudo (giudizio: Provola dei Nebrodi 1,1 e Provola delle Madonie 1,8).

⁶⁸ Si veda sezione motivazioni.

⁶⁹ Scarso potere contrattuale e sottovalutazione del prezzo di vendita, scarso interesse da parte del mercato.

Tav. IV.4 - Difficoltà/criticità legate alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani – voto medio

DIFFICOLTÀ/CRITICITÀ	FORMAGGI STORICI										Totale
	Caciocavallo Palermitano	Fiore Sicano	Provola delle Madonie	Provola dei Nebrodi	Cosacavaddu Ibleo	Ragusano DOP	Pecorino DOP	Piacentino Ennese	Vastedda della Valle del Belice	Maiorchino	
Difficoltà nel reperire materia prima di qualità	1,0	0,0	0,7	0,3	0,1	0,3	0,7	0,8	0,4	1,8	0,6
Difficoltà legate all'utilizzo degli attrezzi della tradizione casearia	0,6	0,0	0,2	0,7	0,4	0,8	0,0	0,8	0,2	1,7	0,5
Maggiore impiego di risorse umane e di tempo	2,2	1,0	2,3	1,9	1,3	1,8	1,9	1,8	2,4	2,8	2,0
Maggiori rischi legati all'utilizzo del latte crudo	0,8	0,0	1,8	1,1	0,4	0,9	0,9	1,6	1,0	2,7	1,1
Aggravio dei costi di produzione	2,4	0,7	2,3	1,7	1,2	1,9	2,4	2,6	1,4	2,5	1,9
Mancanza di risorse professionali	1,8	2,7	2,0	2,2	0,9	1,0	1,6	1,4	0,7	2,2	1,5
Rispetto del disciplinare di produzione	1,0	0,0	0,3	0,4	0,0	0,7	0,4	0,2	0,0	0,2	0,3
Difficoltà di realizzare investimenti da parte di una singola piccola impresa	2,6	0,7	1,8	2,6	2,0	2,0	2,0	1,8	1,5	1,8	1,9
Livello di reddito modesto	1,4	0,7	1,8	1,7	2,3	1,9	1,6	1,4	1,6	1,3	1,7
Impossibilità economica di promuovere il prodotto	1,8	0,7	2,1	1,8	1,2	1,5	1,3	1,5	1,5	1,2	1,5
Scarso potere contrattuale e sottovalutazione del prezzo di vendita dei prodotti	2,4	0,7	2,4	2,3	2,1	1,9	2,0	0,8	1,8	0,5	1,8
Quote latte (nel caso in cui si producano formaggi vaccini)	2,4	2,0	2,1	2,3	2,1	2,1	0,0	0,6	0,0	0,0	1,4
La normativa igienico-sanitaria	0,8	0,7	0,9	1,2	0,6	0,7	1,1	1,0	0,8	2,5	1,0
Scarsa conoscenza da parte del consumatore	2,4	2,0	1,9	1,9	1,8	2,2	2,1	2,4	2,1	1,3	2,0
L'interesse del mercato per le produzioni tipiche	1,6	0,0	0,3	0,0	1,1	0,9	0,3	0,2	0,6	0,5	0,6
Distanza della produzione dai luoghi di consumo	2,0	1,0	1,3	0,8	1,4	1,4	1,1	1,2	0,8	0,8	1,2
Mancanza di forme associative che concentrino l'offerta	2,6	2,7	2,2	2,4	1,7	2,1	3,0	2,2	2,5	1,7	2,3
Mancanza di un sistema di servizi alle imprese	2,2	3,0	1,7	2,2	1,5	1,6	2,0	2,4	2,6	2,3	2,1
Iniziative di supporto al prodotto tipico non abbastanza efficaci	2,8	2,7	2,2	2,5	2,2	2,0	2,9	2,2	2,7	1,5	2,3
Sostegno economico pubblico insufficiente	2,6	3,0	2,4	2,6	2,5	2,8	3,0	2,4	2,7	2,7	2,7

IV.3. I VANTAGGI/BENEFICI CONSEGUITI

Agli imprenditori intervistati, infine, è stato chiesto di esprimere un giudizio in merito ai vantaggi conseguiti con la produzione dei formaggi storici; in questo caso sono stati utilizzati gli stessi *items* utilizzati nella sezione “motivazione”, così da individuare quali tra le aspettative inizialmente segnalate dalle imprese sia stata conseguita o disattesa.

I produttori hanno mostrato grande soddisfazione nell’essere i principali custodi della tradizione casearia siciliana (giudizio: motivazione 2,5; beneficio 2,6), mentre l’interesse del mercato e l’acquisizione di nuova clientela – obiettivi per i quali i casari avevano espresso un’aspettativa prudenziale (giudizio medio pari a 2) – si sono tradotti in benefici della stessa importanza (giudizio: rispettivamente 2,1 e 1,9). L’aspirazione a realizzare prezzi di vendita più elevati, invece, è stata in parte disattesa: il beneficio conseguito è risultato inferiore alle aspettative (giudizio: benefici 1,6; aspettativa 1,9) (Tav. IV. 5-6).

Il mercato locale, nel quale viene esitata gran parte della produzione casearia tipica siciliana, non è in grado di assicurare una maggiore valutazione del prezzo che, invece, può essere conseguita attraverso la collocazione dei prodotti in più vasti canali commerciali (HO.RE.CA., negozi specializzati, gastronomie) e segmenti di consumo (turismo enogastronomico, turismo cittadino⁷⁰, nicchie di consumo estero connesse con la presenza di emigrati).

L’incremento dei prezzi di vendita, infatti, è stato considerato un beneficio poco conseguito nel 50% dei casi (giudizio da 0,9 a 1,4), mentre è percepito più consistentemente dai produttori delle DOP (giudizio: Ragusano DOP 2,3; Pecorino Siciliano DOP 1,7) e della Vastedda della Valle del Belice (giudizio: 1,8). La maggior soddisfazione è stata, però, manifestata dai produttori del

⁷⁰ Si tratta di un mercato che tende a diventare trainante, in virtù del sempre maggiore interesse degli abitanti delle città per tutto ciò che è genuino e “naturale” e che può arricchire l’uso del tempo libero.

Maiorchino che hanno attribuito a questo parametro il massimo punteggio (giudizio: 3,0).

I casari di Novara di Sicilia, rispetto alle altre realtà produttive considerate⁷¹, hanno manifestato grande soddisfazione anche per l'interesse del mercato e per l'ampliamento della clientela (giudizio: 2,7 per entrambi i parametri.); mettendo in evidenza il forte entusiasmo suscitato dal sostegno che l'Amministrazione comunale a profuso nella promozione e valorizzazione del formaggio Maiorchino.

In merito ai benefici prodotti dai finanziamenti pubblici, si rileva un apprezzamento modesto e limitato alle produzioni che hanno manifestato le maggiori difficoltà ad intraprendere nuovi investimenti in impianti ed attrezzature, in professionalità ed in promopubblicità (giudizi: Caciocavallo Palermitano 1,4; Provola delle Madonie 0,7 e Provola dei Nebrodi 1,0).

I produttori delle due DOP hanno espresso un buon livello di soddisfazione nei confronti della tradizione casearia e familiare (giudizio: rispettivamente Pecorino DOP 2,9-2,0; Ragusano DOP 2,7 -1,7); mettendo in evidenza, nel caso specifico del Ragusano DOP, una maggiore stima dei vantaggi rispetto alle aspettative (giudizio aspettative: tradizione casearia 2,4; tradizione familiare 1,5). In merito agli aspetti economici, l'interesse del mercato (giudizio: 2,1) e l'incremento dei prezzi (giudizio: 1,8) sono stati percepiti come benefici della stessa intensità per entrambi i formaggi. Le maggiori carenze in termini di risorse e strumenti a supporto dell'offerta⁷², rilevate per la DOP Pecorino Siciliano, piuttosto che per la DOP Iblea⁷³, si riflettono, invece, sull'acquisizione di nuova clientela; considerata un vantaggio conseguito poco per il Pecorino (giudizio 1,3) ma più significativo per il Ragusano (giudizio 1,7). Infine, le due DOP, ed in particolar modo le imprese del Pecorino, non si

⁷¹ Il giudizio attribuito dagli altri comparti produttivi alle richieste del mercato va da 1,8 a 2,3, mentre quello assegnato all'ampliamento del portafoglio clienti, risulta compreso tra 1,3 e 2,3.

⁷² Associazionismo, professionalità, servizi alle imprese, promozione pubblica.

⁷³ Si veda la sezione difficoltà.

sono mostrate soddisfatte dei benefici commerciali⁷⁴ ottenuti: infatti, le aspettative manifestate dai produttori nei confronti del riconoscimento comunitario, sono state in parte deluse. Infatti, avviene di frequente che gli operatori attribuiscono erroneamente al marchio comunitario una funzione promozionale, sperando che basti la DOP per conseguire la notorietà e per collocare i prodotti tra le specialità affermate e di alto gradimento. Tuttavia, il consumatore meno evoluto, spesso, non conosce l'esatto significato e valore della denominazione e non la include tra gli elementi di scelta. Pertanto, si verifica che a distanza di anni dall'acquisizione del marchio, diventa evidente che i costi aggiuntivi sostenuti per il rispetto del disciplinare di produzione e la certificazione del prodotto, in assenza di una efficiente organizzazione dell'offerta e di idonee azioni promozionali, non sortiscono l'effetto sperato in termini di incremento del valore commerciale. La DOP, infatti, non può generare autonomamente sviluppo economico e produttivo, ma può offrire un contributo importante nelle filiere organizzate ed efficienti.

I produttori del Ragusano DOP, tuttavia, anche se hanno mostrato moderato entusiasmo nei confronti della certificazione, percepiscono che, rispetto alla produzione "ordinaria" (Cosacavaddu Ibleo), il formaggio tutelato consente di ottenere migliori valutazioni commerciali ed un apprezzamento più ampio: infatti, i giudizi attribuiti all'aumento dei prezzi e del portafoglio clienti sono stati rispettivamente di 1,8 e 1,7 per il Ragusano DOP e di 1,2 e 1,5 per il Cosacavaddu Ibleo. Per quest'ultima tipologia casearia infatti, la discreta aspettativa di una maggiore remunerazione (giudizio: 1,5) è stata delusa; traducendosi in un vantaggio poco rilevante (giudizio: 1,2).

Le maggiori difficoltà economico-gestionali e di mercato segnalate dai produttori del Caciocavallo Palermitano, piuttosto che dai produttori della Vastedda della Valle del Belice, si riflettono, di fatto, sul mercato;

⁷⁴ Realizzazione di prezzi di vendita più elevati e l'aumento del portafoglio clienti.

determinando un minore incremento sia dei prezzi di vendita sia della clientela (giudizi: rispettivamente di 1,4 e 1,6 per il Caciocavallo e di 1,8 e 1,9 per la Vastedda).

Le problematiche sopra accennate inoltre, hanno portato i produttori del Caciocavallo Palermitano a sottostimare le aspettative di mercato, che risultano inferiori ai benefici effettivamente conseguiti.

Le imprese interessate alla produzione delle due Provole sono soddisfatte di avere portato avanti la tradizione familiare e casearia, rispondendo alle richieste del mercato ed ampliando la propria clientela: per questi tre parametri si osserva, appunto, una stretta correlazione tra i risultati attesi ed i benefici ottenuti. L'aspettativa di una maggiore remunerazione invece, è stata delusa in entrambi i casi.

Si segnala, inoltre, che la possibilità di usufruire di finanziamenti pubblici, anche se non ha rappresentato motivo di scelta (aspettativa: Provola dei Nebrodi 0,3 e Provola delle Madonie 0,4), ha sortito dei benefici, sia pur modesti (giudizio: Provola dei Nebrodi 1,0 e Provola delle Madonie 0,7).

Infine, le principali motivazioni che avevano spinto le imprese a produrre il Piacentino Ennese hanno trovato riscontro nei benefici ottenuti.

Tav. IV.5 - Vantaggi/benefici conseguenti la produzione e commercializzazione dei formaggi storici siciliani – voto medio

FORMAGGI STORICI	VANTAGGI/BENEFICI					
	Tradizione familiare	Tradizione casearia	Richieste del mercato	Incremento dei prezzi	Incremento della clientela	Finanziamenti pubblici
Caciocavallo Palermitano	2,8	2,2	1,8	1,4	1,6	1,4
Fiore Sicano	0,0	2,7	2,0	2,3	2,3	0,0
Provola delle Madonie	2,2	2,4	1,9	0,9	2,2	0,7
Provola dei Nebrodi	2,7	2,9	2,3	1,4	2,0	1,0
Cosacavaddu Ibleo	1,6	2,2	2,1	1,2	1,5	0,1
Ragusano DOP	1,7	2,7	2,1	1,8	1,7	0,2
Pecorino DOP	2,0	2,9	2,1	1,7	1,3	0,1
Piacentino Ennese	2,0	3,0	2,2	1,4	1,8	0,2
Vastedda della Valle del Belice	1,8	2,5	1,9	1,8	1,9	0,2
Maiorchino	2,5	2,8	2,7	3,0	2,7	0,5
Totale	2,0	2,6	2,1	1,6	1,9	0,4

Tav. IV.6. Confronto tra le motivazioni ed i benefici legati alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani

FORMAGGI STORICI	VANTAGGI/BENEFICI											
	Tradizione familiare		Tradizione casearia		Richieste del mercato		Incremento dei prezzi		Incremento della clientela		Finanziamenti pubblici	
	B*	M*	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M
Caciocavallo Palermitano	2,8	2,6	2,2	2,4	1,8	1,4	1,4	1,2	1,6	0,8	1,4	1,0
Fiore Sicano	0,0	0,0	2,7	2,7	2,0	1,7	2,3	1,0	2,3	1,0	0,0	0,0
Provola delle Madonie	2,2	2,2	2,4	2,6	1,9	2,2	0,9	1,4	2,2	1,9	0,7	0,4
Provola dei Nebrodi	2,7	2,5	2,9	2,7	2,3	2,1	1,4	2,0	2,0	2,1	1,0	0,3
Cosacavaddu Ibleo	1,6	1,2	2,2	1,7	2,1	1,9	1,2	1,5	1,5	1,6	0,1	0,3
Ragusano DOP	1,7	1,5	2,7	2,4	2,1	2,0	1,8	2,5	1,7	2,0	0,2	0,2
Pecorino DOP	2,0	2,0	2,9	2,9	2,1	2,6	1,7	2,3	1,3	2,0	0,1	0,1
Piacentino Ennese	2,0	2,0	3,0	3,0	2,2	2,4	1,4	1,6	1,8	1,8	0,2	0,0
Vastedda della Valle del Belice	1,8	1,8	2,5	2,3	1,9	2,4	1,8	2,1	1,9	2,1	0,2	0,2
Maiorchino	2,5	1,8	2,8	2,7	2,7	3,0	3,0	2,3	2,7	2,3	0,5	0,7
Totale	2,0	1,8	2,6	2,5	2,1	2,2	1,6	1,9	1,9	1,9	0,4	0,3

*B: benefici; M: motivazioni

V. CONCLUSIONI

Il panorama dei formaggi storici siciliani si compone di un novero di prodotti ristretto ma di rilevante interesse gastronomico; cinque dei dieci formaggi studiati sono, infatti, considerati dei presidi di Slow Food e soggetti ad azioni di promozione e tutela.

La produzione di questi formaggi, salvo poche eccezioni, è affidata a casari-pastori la cui imprenditorialità si limita alla dimensione familiare. Il quantitativo complessivo si stima intorno alle 9.000 tonnellate l'anno, la gran parte del quale (il 94,7%) è costituita da tre formaggi: il Pecorino siciliano (circa il 76% del totale), il Caciocavallo palermitano (circa il 10%) e il Cosacavaddu ibleo (7,6%). I restanti 7 formaggi raggiungono appena il 5,3% della produzione complessiva (Tav.V.1).

Tav. V.1 - Produzione stimata dei formaggi storici siciliani - kg

Formaggi	DOP	non DOP	Presidio slow food	Totale	%
Pecorino siciliano	11.739	7.000.000		7.011.739	76,2%
Caciocavallo Palermitano			1.000.000	1.000.000	10,9%
Cosacavaddu Ibleo		700.000		700.000	7,6%
Ragusano DOP	155.000			155.000	1,7%
Provola delle Madonie			129.000	129.000	1,4%
Provola dei Nebrodi		100.000	20.000	120.000	1,3%
Piacentino Ennese		35.000		35.000	0,4%
Fiore Sicano		20.000		20.000	0,2%
Vastedda della Valle del Belice			15.000	15.000	0,2%
Maiorchino			10.000	10.000	0,1%
Totale	166.739	7.855.000	1.174.000	9.195.739	100,0%

La produzione a marchio DOP consiste in appena 166,7 tonnellate/anno (1,8%) ed è rappresentata dal prestigioso Ragusano DOP (155 tonnellate) e, molto marginalmente, dal Pecorino siciliano DOP (11,7 tonnellate).

La produzione dei formaggi che costituiscono “presidi” di slow food ammonta a 1.174 tonnellate l’anno; di questi, il Caciocavallo palermitano costituisce la parte maggiore (1.000 tonnellate), mentre giocano un ruolo minore la Provola delle Madonie (129 tonnellate), la Provola dei Nebrodi (20 tonnellate), la Vastedda della Valle del Belice (15 tonnellate) e il Maiorchino (10 tonnellate).

Il crescente apprezzamento che il mercato riserva ai prodotti di qualità, prospettando più elevate quotazioni commerciali, stimola i *casari* che custodiscono i saperi tradizionali a mettere a frutto il proprio patrimonio culturale sebbene, tranne poche eccezioni, la struttura su cui si basa la produzione dei formaggi storici sia costituita da aziende di piccolissima dimensione, fisica ed economica.

Come dimostrato da recenti studi (NOMISMA, 2003) la piccola dimensione d’impresa è fortemente limitativa nei confronti delle strategie di mercato basate sui prodotti di qualità, a causa della incidenza dei costi legati all’adattamento strutturale, organizzativo e gestionale. Non stupisce, quindi, se gli intervistati non giudichino di aver tratto grandi benefici economici dalla scelta di produrre i formaggi storici sebbene considerino, comunque, di aver beneficiato di moderati incrementi di prezzo. Tuttavia, nel complesso, gli imprenditori giudicano valida la loro scelta, definendola *più un’opportunità che un onere* nel 34,7% dei casi e decisamente *un’opportunità* nel 44% dei casi; solo il 21% giudica, invece, di ottenere *più un onere che una opportunità*, mentre nessuno degli intervistati considera la scelta esclusivamente come *un onere* (Tav.V.2).

Tav.V.2 - Giudizio complessivo sulla scelta di produrre formaggi storici

FORMAGGI STORICI	GIUDIZIO				Totale
	Onere	Più onere che opportunità	Più opportunità che onere	Opportunità	
Caciocavallo Palermitano	-	2	2	1	5
Fiore Sicano	-	-	1	2	3
Provola delle Madonie	-	1	2	6	9
Provola dei Nebrodi	-	5	3	2	10
Cosacavaddu Ibleo	-	1	7	2	10
Ragusano DOP	-	1	4	5	10
Pecorino DOP	-	1	2	4	7
Piacentino Ennese	-	2	1	2	5
Vastedda della Valle del Belice	-	3	3	4	10
Maiorchino	-	-	1	5	6
Totale	-	16	26	33	75
%	-	21,3	34,7	44,0	100,0

La capacità imprenditoriale sembra essere il requisito maggiormente discriminante rispetto all'aspettativa ed alla consapevolezza dei risultati realmente ottenibili. Tutti gli intervistati rivendicano, tra le motivazioni, un ruolo fondamentale al *mantenimento della tradizione culturale*; questa, difficilmente può costituire una finalità imprenditoriale a sé stante, ed infatti si accompagna ad un'aspettativa economica riposta, essenzialmente, nel maggior prezzo di vendita dei formaggi storici. Rispetto all'intero gruppo, i produttori delle DOP (Ragusano e Pecorino) sembrano, però, maggiormente consapevoli di aver intrapreso una strategia di valorizzazione commerciale basata sulla qualità e percepiscono positivamente (sebbene al di sotto delle aspettative) il prezzo realmente spuntato sul mercato.

Al contrario, i produttori del Cosacavaddu ibleo, formaggio analogo al Ragusano DOP ma non *garantito* dal rispetto del disciplinare di produzione, pur rivendicando la conservazione della tradizione casearia, nutrono minori aspettative di incontrare il favore della domanda di mercato e valutano di aver ottenuto risultati mercantili inferiori a quelli della produzione DOP.

In definitiva sembra manifestarsi una carenza di *orientamento al mercato* dei produttori, che percepiscono la potenzialità mercantile dei formaggi storici siciliani ma tradiscono una forte carenza imprenditoriale, identificando la mancanza di sostegno *pubblico* quale principale ostacolo al raggiungimento dei benefici attesi. Tuttavia, essi rivelano una limitata attitudine all'associazionismo ed all'adozione di disciplinari di produzione che consentano di rafforzare la base produttiva e garantire la rispondenza dei formaggi alle caratteristiche organolettiche, tecniche e storiche che li caratterizzano, preferendo la strategia di basso profilo, caratterizzata dalla piccolissima dimensione produttiva e dal circuito del consumo locale.

I formaggi studiati rientrano nel novero delle produzioni che esprimono i caratteri inimitabili del territorio e della cultura di origine; come tali, possono costituire tasselli capaci di valorizzare la domanda di fruizione diretta del territorio attraverso il turismo enogastronomico e le attività ricreative e di ristorazione in ambito rurale. Tuttavia, sembra indispensabile che si raggiunga una maggiore diffusione della cultura d'impresa ed un rafforzamento strutturale delle produzioni affinché le iniziative intraprese con la politica di sviluppo rurale possano trovare terreno fertile per produrre i propri effetti. Gran parte di queste produzioni rientrano, infatti, all'interno di ipotetici Distretti agroalimentari di qualità, la cui attivazione non sembra possibile se non si induce la crescita culturale e la capacità di interazione sia tra gli operatori della filiera agroalimentare che con gli operatori delle branche di attività connesse alla ristorazione ed all'accoglienza turistica.

BIBLIOGRAFIA

1. Nino Aiello (2005), *La Sicilia vuol sapere cosa bolle in pentola*, Terrà, n. 3 maggio-giugno. Regione Siciliana Assessorato Agricoltura e Foreste.
2. Ettore Artioli (2005), *L'eccellenza non basta per creare economia*, Terrà, n. 1 gennaio-febbraio, Regione Siciliana Assessorato Agricoltura e Foreste.
3. Associazione Regionale Allevatori della Sicilia (2001), *I formaggi storici di nicchia della Sicilia*, ARAS, Palermo.
4. Antonino Bacarella (2006), Imprese multifunzionali rilancerebbero l'agricoltura, *SiciliAgricola*, n. 3.
5. Antonino Bacarella (2003), *Le imprese agroalimentari "marketing oriented" in Sicilia*, CO.RE.R.A.S, Palermo.
6. Banterle A., Stranieri S. (2005), *Coordinamento verticale e tracciabilità. Una analisi della filiera lattiero casearia*. Aracne.
7. Paolo Betta, Fausto Cantarelli (2000), *Dal Mito alla storia, Il Pecorino Siciliano*, CO.RE.R.A.S..
8. Salvatore Brancati (2001), Passeggiate tra storia e natura nel ragusano, *Sikania*, n. 8-9.
9. Fausto Cantarelli (2000), *Il Prosciutto nell'economia dei prodotti tipici europei*, Società Italiana di Economia Agro-Alimentare (SIEA), Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VII, n.2 – agosto, Franco Angeli, Milano.
10. Fausto Cantarelli (2002), *La primogenitura storica della Sicilia alimentare, Gruppo Editoriale del Porto*, Edizioni Essebiemme, Milano.
11. Fausto Cantarelli (2002), *Aceto Balsamico, sviluppo agroalimentare e territorio*, Società Italiana di Economia Agro-Alimentare (SIEA), Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VII, n.1 – aprile, Franco Angeli, Milano.
12. Fausto Cantarelli (2003), *Authority alimentare e coordinamento della ricerca (Qualche idea per il rilancio di Parma alimentare)*. Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VIII, N.3 – dicembre, Franco Angeli, Milano.
13. Fausto Cantarelli (2005), I tempi alimentari del mediterraneo: cultura ed economia nella storia alimentare dell'uomo. Francoangeli.
14. Dario Casati (2006), Il ruolo della specificità per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari. *Economia Agro-alimentare* n.1, FrancoAngeli.

15. Ettore Costanzo (2005), *Quel bravo pastore di Polifemo*, Terrà, n. 3 maggio-giugno. Regione Siciliana Assessorato Agricoltura e Foreste.
16. Giuseppina Carrà (2002), *I prodotti Agro-Alimentari tipici della Calabria, Analisi economiche e prospettive di valorizzazione*, Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria, Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Forestali ed Ambientali, Baruffa Editore, Reggio Calabria.
17. Dario Cartabellotta (2005), *E' tramontato il tempo dei prodotti omologati*, Terrà, n. 3 maggio-giugno. Regione Siciliana Assessorato Agricoltura e Foreste.
18. CE.RI.S.DI. (2003), *Il comprensorio montano delle Madonie*, Palermo.
19. CE.RI.S.DI. (2004), *Santa Margherita di Belìce. Agricoltura, cultura, imprese, turismo. Strategie di sviluppo economico*, Palermo.
20. Comune di Santa Margherita di Belìce (2003), *Santa Margherita di Belìce. Città del Gattopardo*. Sikania n.9.
21. Comunità Europea, Regione Siciliana Assessorato Agricoltura e Foreste, IREF, INEA, Acli Terra, Soat n. 58 Lercara Freddi, (2000), *Le dinamiche di innovazione delle imprese agricole in tre regioni dell'Italia meridionale, Regione Sicilia – Area dei Sicani*, Palermo.
22. Consorzio per la tutela del Formaggio Ragusano, *Formaggio a Denominazione di Origine Protetta Ragusano. Regolamento di alimentazione*.
23. CO.R.FI.LA.C., *Formaggio a Denominazione di Origine Protetta Ragusano. Disciplinare guida e piano dei Controlli*, CO.R.FI.LA.C, Ragusa.
24. CO.R.FI.LA.C. (2004), *Le Città del Formaggio*. Ragusa.
25. CO.R.FI.LA.C. (1999), *Storie e paesaggi dell'arte casearia, Il Ragusano*, Federico Motta Editore, Milano.
26. CO.RE.R.A.S. (2003), *La Filiera Lattiero-casearia in Sicilia, Rapporto 2003*. Osservatorio sull'Economia del Sistema AgroAlimentare della Sicilia (OESAAS).
27. CO.RE.R.A.S. (2004), *La qualità certificata nel sistema agroalimentare siciliano*. Osservatorio sull'Economia del Sistema AgroAlimentare della Sicilia (OESAAS).
28. CO.RE.R.A.S. (2005), *Prodotti agricoli di qualità e turismo in Sicilia*, Edizioni Anteprema, Palermo.

29. Vittorio Corradino (2005), *Sui prodotti di qualità l'Isola può fare di più*, Terrà, n. 1 gennaio-febbraio. Regione Siciliana, Assessorato Agricoltura e Foreste.
30. Giampiero Dalmati (2005), *Formaggio in consorzio*. Largo Consumo, n. 9.
31. Rosario De Iulio, Giuseppina Vernillo, Ada Morrongiello, Eugenia Aloj (2003), *Strategie economiche per il rilancio dei percorsi del gusto e della cultura materiale nel paesaggio sostenibile della Valle Telesina*. Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VIII, N.1, Franco Angeli, Milano.
32. Fabio del Bravo, ISMEA (2005), *Riflessioni sulle prospettive di sviluppo del settore lattiero-caseario italiano*, Unalat informa, n. 90.
33. Achille Flora (2002), *La filiera della mozzarella di bufala: un laboratorio dello sviluppo locale*. La Questione Agraria N. 1, Franco Angeli, Milano.
34. Antonio Foglio (1999), *Il Marketing agroalimentare, mercato e strategie di commercializzazione*, Franco Angeli, Milano.
35. Fondazione Qualivita (2003), *Il ruolo socioeconomico dei prodotti DOP e IGP, per lo sviluppo delle aree rurali*. Quaderno 1.
36. Fondazione Slow Food (2005), *I Presidi Slow Food. Quattro anni a difesa della biodiversità: risultati economici del progetto 2000-2004*.
37. Fondazione Slow Food (2005), *I Presidi Slow Food in Sicilia. Quattro anni a difesa della biodiversità: risultati economici del progetto 2000-2004*.
38. Manuela Gabbai, Benedetto Rocchi, Gianluca Stefani (2003), *Pratiche alimentari e prodotti tipici: un'indagine qualitativa sui consumatori*. Rivista di Economia Agraria, anno LVIII, N 4. Edizioni Scientifiche Italiane.
39. Giacomini C., Mancini M. C. (2006), *Possibili effetti sul mercato dei prodotti agro-alimentari dell'imposizione di nuovi standard di certificazione da parte della GDO*. *Economia Agro-alimentare* n.1, FrancoAngeli.
40. Paolo Girgenti (2005), *La risorsa della Valle del Belice*, SiciliAgricola, n. 8/9.
41. Mario Gregori, Sabrina Garlatti (1997), *L'attività di marketing collettivo delle Regioni italiane*, Rivista di Politica Agraria n.2.
42. Alessandro Hoffmann (2004), *Esperienze di programmazione dello sviluppo locale, Il caso Parco dei Nebrodi*, Franco Angeli/Urbanistica, Milano.
43. Alessandro Hoffmann (2006), *La nuova politica di Sviluppo Rurale*, Franco Angeli, Milano.

44. Il Sole 24 Ore (2003), , *Le nuove Regole per la tutela dei Prodotti DOP*. Agrisole-Documenti 18-24 aprile.
45. Insetto di Origine (2005), *In Sicilia alla scoperta dei Monti Sicani*. Novembre.
46. Giuseppe Ippolito (2004), *Alla ricerca dei confini tra Nebrodi e Peloritani*. Sikania, n.4.
47. ISMEA (2005), *I prodotti agroalimentari protetti in Italia. Le tendenze della produzione e del mercato e la situazione a livello comunitario*. Roma.
48. Ciro Lazzarin, Camillo Gardini (2005), *Costi di certificazione e strutture di gestione di DOP e IGP*. L'Informatore Agrario n. 8.
49. Giuseppe Licitra (2005), *Per un formaggio firmato "Uomo"*, Terrà, n. 3 maggio-giugno. Regione Siciliana, Assessorato Agricoltura e Foreste.
50. Giuseppe Licitra, Vittorio Bottazzi (2001), *Il Ragusano: Formaggio d'Autore, La storia, la cultura e la tradizione. I pascoli ed il territorio. Le peculiarità microbiche*. CO.R.FI.LA.C., Ragusa.
51. Marina Lombardo (2005), *Formaggi siciliani se li conosci li compri*, Terrà, n. 3 maggio-giugno. Regione Siciliana, Assessorato Agricoltura e Foreste.
52. Claudio Malagoli (2002), *Tra produzioni tipiche e globalizzazione dei mercati: opportunità e rischi?* Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VII, N.2, Franco Angeli, Milano.
53. Massimo Montanari (2004), *Il Cibo come Cultura*, Editori Laterza, Roma-Bari.
54. Agata Nicolosi (2002), *Il Pecorino del Monte Poro, un esempio di valorizzazione del patrimonio lattiero-caseario tradizionale della Calabria*. Laruffa Editore, Reggio Calabria.
55. NOMISMA (2005), *Originale Italiano, Rapporto INDICOD-ECR, promozione e tutela dell'agroalimentare di qualità*, AGRA, Roma.
56. NOMISMA (2003), *VIII Rapporto sull'agricoltura Italiana*.
57. NOMISMA (2005), *La Qualità per Competere*, Agra srl.
58. NOMISMA (2005), *X rapporto agricoltura – La politica europea nell'Ue allargata*, Agra srl.
59. Osservatorio Latte-ISMEA (2004), *Il mercato del latte*. Rapporto 2004, Franco Angeli, Milano.
60. Denis Pantini, NOMISMA (2005), *DOP, una collezione di marchi con poco fatturato*. Il Sole 24 Ore, Agrisole, n 16.

61. Denis Pantini, NOMISMA (2006), *La rincorsa delle DOP rischia di svalutare i marchi Ue*. Il Sole 24 Ore, Agrisole, supplemento al n 21.
62. Denis Pantini, NOMISMA (2005), *Una collezione di marchi DOP con pochi giganti e tanti nani*. Il Sole 24 Ore, Agrisole, supplemento al n 21.
63. Davide Paolini (2002), *Guida agli itinerari dei Formaggi d'Italia, In viaggio alla scoperta del formaggio di qualità*. Edizioni Calderoni de Il Sole 24 Ore Edagricole, Bologna.
64. Catia Pasta (2005), *Il formaggio sulla tavola dei siciliani*. Largo Consumo, n. 11.
65. Giambattista Pepi (2005), *Slow Food: la tutela dei marchi crea valore*, Il Sole 24 Ore, Agrisole, n. 25.
66. Enzo Pierangioli (2005), *Così la nuova programmazione deve far leva su territori e qualità*, Il Sole 24 Ore, Agrisole, n. 18,.
67. Luigi Pisoni (2005), *La sfida dell'integrazione le prospettive della cooperazione agricola nell'era globale*, Soluzioni Cooperative Ricerca, Franco Angeli, Milano,.
68. Andrea Pizzaferrì (2002), *Dalla Tipicità lo sviluppo*, Società Italiana di Economia Agro-Alimentare (SIEA), Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VII, n.2 – agosto, Franco Angeli, Milano.
69. Anna Pomar (2003), *Le vie del Formaggio in Sicilia*, STS Sicilian Tourist Service.
70. Salvatore Pumilia (2005), *Creare il futuro facendo un passo indietro. Tradizione e qualità fanno economia ed occupazione*. Sicilia Zootecnica, n. 10.
71. Regione Siciliana Assessorato Agricoltura e Foreste (2000), *Il distretto rurale dei Monti Sicani*.
72. Giovanni Rebora (2006), *La civiltà della forchetta, storie di cibi e di cucina*, Editori Laterza, Roma-Bari.
73. Ottavio Salvatori del Prato (2005), *Controlli in caseificio, con il 2006 cambia tutto*, Informatore zootecnico, n. 19.
74. Bruno Scaltriti (2003), *Sviluppo agroalimentare e turismo in Liguria*. Rivista di Economia Agro-Alimentare, Anno VIII, N.1 – aprile, Franco Angeli, Milano.
75. Slow Food (2004), *L'Italia dei Presidi, guida ai prodotti da salvare*. Slow Food Editore, Bra (Cn).

76. Daniele Tirelli (2006), *Pensato & mangiato, il cibo vissuto e nell'immaginario degli italiani del XXI secolo*. AGRA, Roma.
77. Touring Club Italiano (2002), *Sicilia*. Guide d'Italia, Edizione.
78. Giovanna Toffanin (2005), *Come tutelare le produzioni tipiche*. L'Informatore Agrario n. 14.
79. Giuseppe Troppa (2004), Archeologia e storia nella Valle dell'Alcantara. Sikania, n.3.
80. Giuseppe Turgida (2005), Più spazio alle vendite dirette. Il Sole 24 Ore, Agrisole, n. 19.
81. UNALAT – INSOR (1992), *L'Italia dei formaggi DOC, un grande patrimonio*. Franco Angeli, Milano.
82. Veneto Agricoltura (2005), *La vendita diretta dei prodotti agricoli*. Azienda Regionale per i settori Agricolo, Forestale e Agro-Alimentare, Padova.
83. Gaspare Vivono, Nicola Marinasi, Salvatore Pomicia, *La Pecora della Valle del Belice*. Comune di Partanna, ARAS.
84. Mario Zannoni, Bruno Morara, Leo Bertozzi (2004), *La degustazione dei formaggi*. ONAF, Cuneo.

Siti internet consultati

www.agrisole.it

www.anfosc.com

www.assolatte.it

www.coldiretti.it

www.comune.godrano.pa.it

www.confagricoltura.it

www.corfilac.it

www.euroinfosicilia.it

www.federalimentari.it

www.fondazioneSlowFood.it

www.formaggio.it

www.governo.it/GovernoInforma/Dossier/agricoltura_prodotti/decreto.html

www.inea.it

www.informatoreagrario.it

www.ismea.it

www.istat.it

www.largoconsumo.info

www.nomisma.it

www.palermoweb.com/cinisi/

www.politicheagricole.it

www.regione.sicilia.it

www.saporiegustidiscilia.it

www.sicilianetwork.com/pgs/formaggistorici/.html

www.unalat.it



IL COMPARTO DEI PRODOTTI CASEARI DI NICCHIA IN SICILIA: ASPETTI PRODUTTIVI E DI MERCATO.

SCHEDA INFORMATIVA

INDICE

Sezione I: Informazioni generali sull'azienda. Pag 2

Sezione II: Informazioni sugli aspetti produttivi e di mercato delle produzioni casearie tradizionali. Pag 6

Responsabile della ricerca:

Dott.ssa Lorella Di Giovanni

SCHEDA INFORMATIVA

N. scheda: _____

<p style="text-align: center;">SEZIONE I: INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA</p>

<p>I. 1. – TIPOLOGIA DEL PRODOTTO CASEARIO TRADIZIONALE</p>
--

NOTA: Il campo I.1 riporterà soltanto i formaggi prodotti dal caseificio a cui è rivolto il questionario

I. 2. - DATI IDENTIFICATIVI DELL'IMPRESA

Denominazione

Indirizzo della Sede Legale: via/piazza o località.....n.....

Prov.....Comune.....

Tel..... Fax.....

E-mail.....indirizzo web.....

N. Stabilimenti

I. 3. - CERTIFICAZIONI OTTENUTE O RICHIESTE*

Certificazioni	
UNI EN ISO 9001:2000	<input type="checkbox"/>
UNI EN ISO 14001	<input type="checkbox"/>
UNI 10939:2001	<input type="checkbox"/>
UNI 11020:2002	<input type="checkbox"/>
EMAS	<input type="checkbox"/>
OHSAS 18001 (sicurezza e salute nei luoghi di lavoro)	<input type="checkbox"/>
UNI 10854 (sicurezza igienica di processo)	<input type="checkbox"/>
Certificazione di prodotto regolamentato (DOP, IGP,STG)	<input type="checkbox"/>
BIOLOGICO	<input type="checkbox"/>
Altro	<input type="checkbox"/>

* nel caso in cui l'azienda non ha, di fatto, ancora ottenuto la certificazione ma ha inoltrato la richiesta all'Ente preposto

I.4 -ADERENTE A CONSORZIO O ASSOCIAZIONE ? (es. consorzio di tutela, socio slow food, ecc.).....

I.4 -FORMA GIURIDICA:

1	Impresa individuale	
2	Società semplice o di fatto	
3	Società in nome collettivo	
4	Società per azioni	
5	Società in accomandita	
6	Società a responsabilità limitata	
7	Società cooperativa	
8	Altra forma	<input type="checkbox"/>

I.5 - CLASSE DI FATTURATO riferito all'ultimo anno (*valori in euro*)

Classe	1	<50 mila	
Classe	2	da 50 mila a 100 mila	
Classe	3	da 100 mila a 250 mila	
Classe	4	da 250 mila a 500 mila	
Classe	5	da 500 mila a 2.500 mila	
Classe	6	da 2.500 mila a 5 milioni	
Classe	7	da 5 milioni a 10 milioni	
Classe	8	da 10 milioni a 25 milioni	
Classe	9	da 25 milioni a 50 milioni	
Classe	10	> 50 milioni	

Indicare il fatturato
proveniente dal prodotto
finito e confezionato
espresso in % del
complessivo
.....

I.6 - ADDETTI *(indicare il numero)*

	Maschi	Femmine	Totale
Indipendenti:			
- Imprenditore, titolare			
- Soci di cooperativa			
- Familiari coadiuvanti			
Dipendenti:			
- Direttivi e quadri			
- Impiegati			
- Operai			
- altra qualifica			
Addetti stagionali:			
- Impiegati			
- Operai			
Borsisti e stagisti			

I.7 - ETA' DELL'IMPRENDITORE/TITOLARE

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| Fino a 40 anni | <input type="checkbox"/> |
| Da 40 a 60 anni | <input type="checkbox"/> |
| Oltre 60 anni | <input type="checkbox"/> |

I8 - TITOLO DI STUDIO DELL'IMPRENDITORE/TITOLARE

- | | | |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| Diploma scuola media inferiore | <input type="checkbox"/> | |
| Diploma scuola media superiore | <input type="checkbox"/> | <i>Specificare la tipologia.....</i> |
| Laurea | <input type="checkbox"/> | <i>Specificare la tipologia.....</i> |

SEZIONE II:
INFORMAZIONI SUGLI ASPETTI PRODUTTIVI E DI MERCATO
DELLE PRODUZIONI CASEARIE TRADIZIONALI.

II. 1. – TIPOLOGIA E CARATTERISTICHE DEL CASEIFICIO:

CASEIFICIO INDUSTRIALE Si No

INDICARE LA SUPERFICIE IN MQ DEI LOCALI UTILIZZATI

Superficie coperta in mq

Superficie non coperta in mq

Superficie di vendita in mq

I LOCALI UTILIZZATI SONO IN PROPRIETÀ Si No

IL CASEIFICIO POSSIEDE LOCALI PER LA STAGIONATURA

Si No

IL CASEIFICIO È DOTATO DI UN IMPIANTO DI
CONFEZIONAMENTO

Si No

Se la risposta è SI, specificare la tipologia (sottovuoto, ecc)

DOTAZIONE IN ATTREZZATURE INFORMATICHE

Numero Personal Computer

Numero di Software utilizzati

specificarne le finalità.....

Internet Si No

IL CASEIFICIO POSSIEDE UN ALLEVAMENTO PROPRIO Si
No

Se la risposta è SI indicare la specie ed il numero di capi allevati

Bovini numero di capi

Ovini numero di capi

Caprini numero di capi

COSTO DEGLI INVESTIMENTI REALIZZATI NEGLI ULTIMI TRE ANNI

Costo degli investimenti per impianti ed attrezzature

2002 Euro

2003 Euro

2004 Euro

Costo degli investimenti per aggiornamenti professionali

2002 Euro

2003 Euro

2004 Euro

***II. 2. – MATERIA PRIMA E TECNICHE DI LAVORAZIONE
IMPIEGATE PER LA PRODUZIONE DEL**

**) I paragrafi indicati con l'asterisco sono specifici per ciascuna tipologia di formaggio prodotto.*

**PROVENIENZA DELLA MATERIA PRIMA UTILIZZATA PER LA
PREPARAZIONE DEL (espressa in percentuale).**

Percentuale di materia prima propria

Percentuale di materia prima acquistata:

di cui

in Sicilia

nelle altre regioni

PER LA PRODUZIONE DEL SI UTILIZZA:

Latte crudo

Latte pastorizzato

**PER LA PREPARAZIONE DELSI UTILIZZANO
ATTREZZI TRADIZIONALI**

Si

No

Solo in parte

**INDICARE I LITRI DI LATTE NECESSARI PER LA PRODUZIONE DI
1 KG DI FORMAGGIO.....**

Litri.....

INDICARE IL PESO MEDIO DI CIASCUNA FORMA: in kg

.....

INDICARE IL COSTO IN EURO PER KG DI PRODOTTO: EURO/KG

.....

***II. 3. – PRODUZIONE**

RIPORTARE I KG DI PRODOTTO NEGLI ULTIMI TRE ANNI:

2002 Kg

2003 Kg

2004 Kg

***II. 4. – COMMERCIALIZZAZIONE**

IL FORMAGGIO VIENE COMMERCIALIZZATO

Sfuso

Confezionato

In parte sfuso ed in parte confezionato

Se il formaggio viene commercializzato confezionato indicare la tipologia dell'involucro:.....

SPECIFICARE LE QUANTITÀ VENDUTE (espresse in % del totale commercializzato) PER AREA GEOGRAFICA NEL 2004

Sicilia% di cui: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Mercato locale%} \\ \text{Mercato regionale.....%} \end{array} \right.$

Italia%

Estero%

PER LA PERCENTUALE DI PRODOTTO COMMERCIALIZZATA ALL'ESTERO, INDICARE I PRIMI TRE PAESI DI RIFERIMENTO:

.....

CANALE DISTRIBUTIVO: INDICARE LE QUANTITA' VENDUTE (esprese in percentuale sul totale commercializzato) PER CANALE DISTRIBUTIVO E PER AREA GEOGRAFICA NEL 2004			
CANALE DISTRIBUTIVO	SICILIA	ITALIA	ESTERO.
Vendita diretta			
Vendita con rete propria <i>(con propri venditori)</i>			
Vendita tramite intermediari			
<i>agenti</i>			
<i>rappresentanti</i>			
<i>Altro.....</i>			
Vendita non strutturata			
<i>commercianti (stagionatori)</i>			
<i>grossisti</i>			
<i>importatori esteri</i>			
E-commerce			
Grande Distribuzione			
Totale			

IL MERCATO AL CONSUMO (si può indicare più di una risposta)

SICILIA		ITALIA		ESTERO	
GDO (<i>grande distribuzione organizzata</i>)		GDO		GDO	
Negozi specializzati		Negozi specializzati		Negozi specializzati	
Agriturismi		Agriturismi		Agriturismi	
Ristoranti		Ristoranti		Ristoranti	

II. 5. - ATTIVITÀ PROMO - PUBBLICITARIA RELATIVA AL FORMAGGIO

PUBBLICITA':

VIENE SVOLTA ATTIVITA' PUBBLICITARIA SI NO

A QUANTO AMMONTA LA SPESA PUBBLICITARIA NEL 2004 Euro

A QUALI MERCATI SI RIVOLGE (*in % della spesa pubblicitaria effettuata*)

Siciliano

Italiano

Eestero

QUALI SONO I MEZZI PUBBLICITARI UTILIZZATI (*è possibile indicare più di una risposta*)

- | | |
|--|--------------------------|
| Radio | <input type="checkbox"/> |
| Televisione | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicità esterna (<i>insegne, manifesti</i>) | <input type="checkbox"/> |
| Pubblicità itinerante(trasporti pubblici) | <input type="checkbox"/> |
| Stampa | <input type="checkbox"/> |
| Stampa specializzata | <input type="checkbox"/> |
| Gadgest e/o volantini | <input type="checkbox"/> |

PROMOZIONE:

VIENE SVOLTA ATTIVITA' PROMOZIONALE

SI NO

A QUANTO AMMONTA LA SPESA NEL 2004

Euro

A QUALI MERCATI SI RIVOLGE (*in % della spesa effettuata*)

Siciliano

Italiano

Eestero

QUALI SONO I MEZZI PROMOZIONALI UTILIZZATI (*è possibile indicare più di una risposta*)

- Offerte speciali
- Mailing
- Fiere, mostre, esposizioni
- Sponsorizzazioni

II.6 - MOTIVAZIONI

Attribuire il livello di importanza alle motivazioni che hanno spinto l'azienda a produrre il formaggio tradizionale.

Legenda:		<u>0</u> Non importante	<u>1</u> Poco importante	<u>2</u> Importante	<u>3</u> Molto importante
Motivazioni		Livello di importanza			
1	Per tradizione familiare	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
2	Per soddisfare le richieste di mercato	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
3	Per realizzare prezzi di vendita più elevati	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
4	Per ricevere finanziamenti pubblici	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
5	Per aumentare il portafoglio clienti	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
6	Per recuperare l'antica tradizione casearia siciliana	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
7	Altro	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>

II.7. – VINCOLI E CRITICITA'

Attribuire il livello di importanza alle criticità legate alla produzione e la commercializzazione del formaggio tradizionale.

Legenda:		0	1	2	3
		Non importante	Poco importante	Importante	Molto importante
Difficoltà		Livello di importanza			
		0	1	2	3
1	Difficoltà nel reperire la materia prima di qualità	0	1	2	3
2	Difficoltà legate all'utilizzo delle tecniche e degli attrezzi della tradizione casearia	0	1	2	3
3	Maggiore impiego di risorse umane e di tempo	0	1	2	3
4	Maggiori rischi legati all'utilizzo del latte crudo	0	1	2	3
5	Aggravio dei costi di produzione	0	1	2	3
6	Mancanza di risorse economiche e professionali	0	1	2	3
7	Rispetto del disciplinare di produzione	0	1	2	3
8	Necessità di realizzare investimenti non ammortizzabili dentro la struttura dei costi di una singola piccola impresa	0	1	2	3
9	La produzione tipica non garantisce un adeguato livello di reddito	0	1	2	3
10	Impossibilità economica di promuovere il prodotto	0	1	2	3
11	Scarso potere contrattuale e sottovalutazione del prezzo di vendita	0	1	2	3
12	Il sistema delle quote latte (<i>nel caso in cui si producano formaggi vaccini</i>)	0	1	2	3
13	La rigida normativa igienico-sanitaria	0	1	2	3

14	La scarsa conoscenza da parte del consumatore	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
15	Il mercato non è interessato alle produzioni tipiche	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
16	Distanza della produzione dai luoghi di consumo (città, località turistiche)	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
17	Vincoli riconducibili alla mancanza di forme associative che concentrino l'offerta	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
18	Mancanza di un sistema ben organizzato di servizi alle imprese (certificazione, studi di marketing, ricerche di mercato, ecc.)	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
19	Iniziative di supporto al prodotto tipico non abbastanza efficaci	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
20	Sostegno economico da parte delle istituzioni preposte insufficiente	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
21	Altro	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>

II.8 - VANTAGGI

L'Azienda ritiene di avere ottenuto benefici dalla produzione dei formaggi tradizionali? SI NO

Se la risposta è SI, attribuire il livello di importanza ai vantaggi/benefici legati alle produzioni casearie tradizionali

Legenda:		<u>0</u> Non importante	<u>1</u> Poco importante	<u>2</u> Importante	<u>3</u> Molto importante
Vantaggi		Livello di importanza			
1	Avere portato avanti la tradizione familiare	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
2	Avere soddisfare le richieste di mercato	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
3	Avere realizzato prezzi di vendita più elevati	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
4	Avere usufruito di finanziamenti pubblici	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
5	Avere aumentato il portafoglio clienti	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
6	Avere recuperato l'antica tradizione casearia siciliana	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
7	Altro.....	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>

**ESPRIMERE UN GIUDIZIO COMPLESSIVO RELATIVAMENTE
ALLA PRODUZIONE DEI FORMAGGI TRADIZIONALI:**

- onere
- più onere che opportunità
- più opportunità che onere
- opportunità

L'IMPRESA HA USUFRUITO DI INCENTIVI PUBBLICI SI NO

se la risposta è affermativa, si prega di specificarne la tipologia:

.....

IL.9 - COMMENTI SPONTANEI:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Indice delle Tavole

Tav.I.1 - Formaggio Pecorino Siciliano DOP: le produzioni.

Tav.I.2 - Formaggio Ragusano DOP: le produzioni.

Tav.II.1 - Prospetto generale dell'attività di rilevazione.

Tav.II.2 - Prospetto dell'attività di rilevazione per tipologia di formaggio storico.

Tav.II.3 - Caseifici rilevati che producono i formaggi storici siciliani per tipologia di prodotto e per provincia.

Tav.II.4 - Legenda di valutazione dei giudizi.

Tav. III.1 - Caseifici rilevati per forma giuridica e per tipologia di prodotto.

Tav.III.2 - Caseifici rilevati ed addetti per posizione nella professione e per tipologia di prodotto.

Tav.III.3- Addetti a pieno tempo ai caseifici per forma giuridica e per tipologia di prodotto.

Tav.III.4 - Caseifici per classe di addetti (a pieno tempo) e per tipologia di prodotto.

Tav.III.5 - Caseifici per classe di fatturato e per tipologia di prodotto (fatturato in migliaia di euro).

Tav.III.6 - Caseifici per classe di produzione e per tipologia di prodotto, anno 2004 (quantità in kg).

Tav.III.7 – Caseifici per tipologia dello stabilimento e per prodotto.

Tav. III.8 - Caseifici per classe di superficie aziendale* (superficie in ettari).

Tav.III.9 - Caseifici per titolo di proprietà dello stabilimento, per presenza in azienda dei locali per la stagionatura e per tipologia di prodotto.

Tav.III.10- Caseifici per dimensioni dello stabilimento e per tipologia di prodotto (dimensioni in mq).

Tav.III.11– Caseifici per presenza del punto vendita e per tipologia di prodotto.

- Tav.III.12 - Caseifici per provenienza della materia prima e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.13 - Caseifici per tipo di latte utilizzato e per prodotto.
- Tav.III.14 - Caseifici per tipo di attrezzatura utilizzata e per prodotto.
- Tav.III.15 - Caseifici per età dell'imprenditore e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.16 - Caseifici per titolo di studio dell'imprenditore e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.17 - Caseifici per età dell'imprenditore, per titolo di studio e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.18- Caseifici per dotazione in attrezzature informatiche e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.19a - Caseifici con software specifici, sito internet e posta elettronica per tipologia di prodotto.
- Tav.III.20 - Caseifici per presenza della confezionatrice e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.21 - Caseifici per classe di spesa in aggiornamento professionale e per tipologia di prodotto.
- Tav.III.22 - Caseifici per classe di investimenti effettuati negli ultimi tre anni e per tipologia di prodotto (valori in migliaia di Euro).
- Tav.III.23- Caseifici per investimenti, per utilizzazione di incentivi pubblici e per tipologia casearia.
- Tav.III.24. - Caseifici per classe di investimenti effettuati negli ultimi tre anni, per utilizzazione di incentivi pubblici e per tipologia di prodotto (valori in migliaia di Euro).
- Tav.III.25 - Caseifici per tipo di certificazione volontaria posseduta e per prodotto.
- Tav.III.26 - Caseifici per attività promopubblicitaria e per prodotto.
- Tav.III.27 - Caseifici per tipologia di mezzi promozionali e per prodotto.
- Tav.III.28.- Caseifici per tipologia di mezzi pubblicitari e per prodotto.

Tav.III.29 -Caseifici per classe di spesa in attività promopubblicitaria e per tipologia di prodotto (spesa in euro).

Tav.III.30- Caseifici per classe di spesa in attività promopubblicitaria e per classe di fatturato (spesa in euro, fatturato in migliaia di Euro).

Tav.III.31- Caseifici rilevati per destinazione dell'attività pubblicitaria e per tipologia di prodotto.

Tav.III.32 - Caseifici per destinazione dell'attività promozionale e per tipologia di prodotto.

Tav.III.33- Caseifici per mercato di commercializzazione e per tipologia di prodotto.

Tav.III.34- Caseifici per mercato di commercializzazione locale e/o regionale e per tipologia di prodotto.

Tav.III.35a- Caseifici per canale distributivo in Sicilia e per tipologia di prodotto.

Tav.III.35b- Caseifici per canale distributivo in Italia e per tipologia di prodotto.

Tav.III.35c- Caseifici per canale distributivo all'Estero e per tipologia di prodotto.

Tav.III.36 -Caseifici rilevati per circuito di vendita e per prodotto in Sicilia.

Tav.IV.1.- Motivazioni/aspettative che hanno spinto i caseifici a produrre i formaggi storici siciliani.

Tav.IV.2 - Motivazioni/aspettative che hanno spinto i caseifici a produrre i formaggi storici siciliani.

Tav. IV.3 - Difficoltà/criticità legate alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani.

Tav. IV.4 - Difficoltà/criticità legate alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani.

Tav. IV.5 - Vantaggi/benefici conseguenti la produzione e commercializzazione dei formaggi storici siciliani.

Tav. IV.6 - Confronto tra le motivazioni ed i benefici legati alla produzione ed alla commercializzazione dei formaggi storici siciliani.

Tav. V.1 - Produzione stimata dei formaggi storici siciliani.

Tav.V.2 - Giudizio complessivo sulla scelta di produrre formaggi storici.