

LA PROTESTA

## La crisi del latte sardo: quali soluzioni per uscirne

ECONOMIA

17\_02\_2019



**Luigi  
Mariani**



Il problema del settore lattiero caseario ovino in Sardegna è annoso e complesso, per cui per giungere a qualche conclusione occorre da un lato evitare i luoghi comuni e dall'altro considerare alcuni dati di fatto sul piano della produzione e del marketing senza i quali non è a mio avviso possibile capire il problema.

**Sul piano anzitutto della produzione di latte** non si può in alcun modo prescindere

dall'aspetto climatico. La zootecnia ovina sarda si muove infatti in un contesto a clima mediterraneo (Csa di Koeppen) nel quale i pascoli sono verdi e produttivi nel semestre invernale (ottobre-marzo) nel quale cade oltre il 70% della pioggia. Nel semestre estivo piove invece pochissimo per cui la produttività del pascolo è scarsa o nulla e dunque l'alimentazione si basa necessariamente su altre fonti (scorte di foraggio, la cui qualità potrebbe essere sensibilmente migliorata adottando pratiche di insilamento).

**Questo esclude le fughe in avanti** di chi sostiene che la zootecnia ovina sarda dovrebbe considerare come obiettivo il modello estensivo (solo pascolo) senza puntare a quello semi-intensivo, a più alta produttività. A ciò aggiungiamo che se produci meno (ed esempio eliminando i mangimi concentrati) il prodotto costerà di più e pertanto ti troverai necessariamente fuori mercato. Contro l'ipotesi "estensiva" rema anche il problema igienico. Oggi l'unico modo per garantire l'igiene (e dunque la possibilità di smercio sui mercati più attenti a tali aspetti) è puntare su mungitura meccanica e catena del freddo per incrementare in modo sostanziale la qualità del latte evitando da un lato gli inquinamenti da insetti (mosche), urine e feci dall'altro l'alterazione del prodotto per cause termiche. La mungitura meccanica la si può ottenere in un sistema semiestensivo con mungitrici mobili da pascolo nel periodo invernale di pascolamento e impianti fissi per il periodo di stabulazione estiva. Su questo esistono grandi spazi per una seria attività di ricerca e sviluppo da condurre in stretto raccordo fra università locali (Sassari, Cagliari), CNR e CREA.

**A ciò aggiungiamo che la zootecnia ovina fonda il proprio reddito** su due pilastri e cioè il latte e gli agnelli. Gli agnelli concentrano il loro mercato nel periodo pasquale che poi è anche il periodo delle nascite (1 - 2 agnelli per pecora gravida). E qui occorre senz'altro promuovere il consumo di carne d'agnello, a cui non giovano certo le campagne animalistiche sul tipo di quella inscenate ad ogni Pasqua da Brambilla, Berlusconi e c., i quali non si rendono conto che se salviamo gli agnelli "uccidiamo" la pastorizia. Circa invece la lana, la qualità prodotta dalla razza sarda (che è la razza nettamente dominante in Sardegna) è oltremodo scadente per cui gli spazi di mercato sono minimi.

**Sul versante del marketing dei prodotti caseari** occorre anzitutto considerare che se il pecorino romano può costituire uno zoccolo produttivo significativo, non è possibile pensare a un futuro basato unicamente su questo prodotto che spunta prezzi relativamente bassi (8 Euro/kg al dettaglio).

**Prendendo esempio da quanto accade già oggi per i formaggi di grana**

(Parmigiano reggiano e Grana padano) l'idea di fondo potrebbe essere quella di

diversificare i prodotti puntando anche a formaggi freschi e non stagionati che spuntano prezzi molto più interessanti, anche perché sono più ricchi in acqua, non hanno oneri di stagionatura e sono assai meno ricchi in sale, per cui dal punto di vista dietetico sono e saranno molto graditi. In tal senso l'esempio dei grana da un lato e di crescenze e stracchini dall'altro è esemplare, in quanto crescenze e stracchini spuntano prezzi di gran lunga più elevati rispetto ai grana per litro di latte impiegato per produrli. Altro esempio interessantissimo è dato dal formaggio Roquefort che viene stagionato nelle omonime grotte e che è composto per il 35% da latte di pecora prodotto in tutta la Francia (Corsica inclusa). E qui si ricorda che il prezzo a litro del latte di pecora in Francia è compreso fra gli 1,28 Euro di quello per il Roquefort e gli 1,76 Euro per i formaggi dei Pirenei[1]. Tutto questo delinea la presenza di spazi rilevantissimi per un'attività di ricerca e sviluppo seria e che miri anche a creare prodotti e marchi più legati all'isola di quanto possa esserlo un "pecorino romano".

**Sempre sul piano del marketing** sussiste ovviamente la necessità di una difesa sul piano legale dei nostri marchi all'estero rispetto alle contraffazioni, il che vale in particolare per il marchio "pecorino romano".

**In questi giorni si è poi fatto un gran parlare di "prezzo giusto"** ma il prezzo giusto è un concetto totalmente avulso dal contesto reale, in quanto il prezzo nasce dall'incontro fra domanda e offerta. Se tuttavia dovessimo stabilire un prezzo orientativo per il latte ovino potremmo pensare oggi a un prezzo grossomodo doppio rispetto a quello bovino, per cui se quest'ultimo oggi viaggia sugli 0,4 Euro al litro per il latte ovino dovremmo pensare a 0,8 Euro.

**Aggiungiamo poi che se i produttori sardi** lamentano di essere legati mani e piedi ai commercianti, l'unico modo per uscire da tale situazione è quello di estendere la propria attività a una frazione sempre più ampia della filiera, anche stabilendo rapporti con la grande distribuzione o studiando prodotti di nicchia di qualità molto elevata, interessanti per cerchie ristrette di buongustai.

**Da rilevare infine che l'attenzione delle istituzioni** al settore ovino sardo dovrebbe andare oltre il periodo pre-elettorale e divenire sistematica. E qui alla logica populista che vede i vicepresidenti del consiglio intervenire in prima persona dovrebbe sostituirsi la rete delle istituzioni locali, più vicine ai bisogni delle diverse carteglorie coinvolte (produttori, commercianti e consumatori).

**Dice un vecchio proverbio** che "La colpa è una bella figliola ma nessuno la vuole" e in tal senso il caso del latte di pecora sardo è esemplare. Infatti le cause della crisi attuale sono molteplici e la crisi stessa è strutturale per cui non potrà essere certo risolta

utilizzando l'arma del pietismo che porta a mettere mano al portafoglio pubblico e a sfuggire ad un rapporto adulto con il mercato, come in tutt'altro settore ben ci insegna la vicenda Alitalia.

---

[1] Pulina et al., 2018. Current production trends, farm structures, and economics of the dairy sheep and goat sectors, *Journal of Dairy Science*, 101:6715–6729