" PROVOLONE VALPADANA "

D.O.P.

DOP PROVOLONE Valpadana

1.Cronistoria. L'indiscussa origine del prodotto in Italia Meridionale, nella regione delimitata a Ovest dalla Penisola di Sorrento, ad Est da Gravina di Puglia e a Sud dalla Sila è storicamente provata sia dalle denominazioni locali in uso (prova, provola, provatura etc.) che dalla caratteristiche tradizionali di fabbricazione (acidificazione della cagliata , sua trasformazione morfologica attraverso la c.d.filatutra, modellatura manuale in forme varie) : questa zona vantava, per quell' epoca, un notevole patrimonio zootecnico da

latte, favorito da vaste aree di pascolo e colture foraggere leguminose ricche di sostanza proteica, dimensionato per una produzione casearia indirizzata soprattutto alle regioni meridionali. Dopo l'unificazione dell'Italia (1860), che ha fatto conoscere le produzioni locali nelle altre regioni primafacenti capo a stati diversi, questa economia rurale non solo non era in grado di far fronte alle richieste dei formaggi a pasta filata da parte di un mercato più vasto, ma subiva anche un graduale e profondo mutamento a causa della sopravvenuta concorrenza delle produzioni lattiere nelle pianure del Nord, dove la maggior presenza di acqua , incrementando la produzione foraggera per unità coltivata, consentiva più economiche condizioni di allevamento .

Tra la fine dell'800 e l'inizio di questo secolo i primi importanti operatori, trasferivano i caseifici nelle pianure della Valpadana insieme ai casari (e alle loro famiglie) capaci di fabbricare questo speciale formaggio. Un intero sistema produttivo, completo dalla produzione di materia prima alla trasformazione ed alla stagionatura, si era già stabilito nella attuale area geografica nei primi decenni del 1900, rimanendo nel Meridione alcune realtà marginali.

Negli anni '50, in cui si è fondata la normativa nazionale e internazionale in materia casearia, comprensibili resistenze etniche localistiche impedivano di prendere atto di una realtà geoproduttiva ormai connotata; così che al provolone non veniva riconosciuto il livello di tutela legato alla provenienza territoriale, bensì soltanto quello connesso ai fattori umani ed agli usi leali e costanti.

I produttori, riuniti in Consorzio dal 1975, decidevano nel 1989 porre fine ad ogni ambiguità, domandando il riconoscimento della zona di origine e dimostrando la storica esistenza di tutti gli elementi occorrenti : le difficoltà sopra accennate continuavano ad ostacolare l'iter istruttorio che, malgrado il favorevole parere ufficiale pubblicato il 23.1.1990, e la

pubblica audizione tenutasi il 24.5.90, si concludeva soltanto il 9.4.1993.

2.Ottenimento. La pasta, ottenuta dalla coagulazione del latte ad opera del caglio di vitello, agnello e capretto, da soli o congiuntamente, subisce un processo di acidificazione naturale (c.d. maturazione) a temperatura controllata, al termine del quale ne viene mutata la struttura morfologica da granulosa in plastica mediante il procedimento c.d. di "filatura", con impiego di acqua a 80°. Grazie ad esso, la pasta può essere modellata nelle diverse forme caratteristiche, con acqua calda e speciale perizia, per essere poi sottoposta a salatura a scambio osmotico per immersione e quindi a stagionatura, la cui durata minima di 30 giorni può variare in relazione al formato ed ai correlati tempi di penetrazione salina.

3.Legame geografico. Il legame geografico tra il territorio e questo prodotto deriva dalla sua storia, come descritta al precedente punto 1 , caratterizzata dalla trasmigrazione di una specifica economia zoo-casearia dal sud al nord Italia che, avendo mantenuto al prodotto l' indispensabile e speciale apporto dei fattori umani occorrenti , ne ha ottimizzato i fattori naturali e ambientali, per la specifica qualità del foraggio utilizzato nell'alimentazione, per le quantità di latte disponibili e necessarie all' economicità della trasformazione, per le condizioni climatiche particolarmente idonee all' alimentazione e alla stabulazione delle razze bovine da latte.

NOTA STORICO-TECNICA SUL "PROVOLONE VALPADANA"

La produzione di formaggio Provolone appartiene alle più antiche tradizioni casearie italiane e, nel corso di questo secolo, ha certamente conosciuto vicissitudini molteplici di geografia produttiva, di qualità organolettiche e di mercato.

E' noto che l'origine storica del Provolone sia da ricercarsi nell'Italia Meridionale, dove il primato in ordine di tempo riconosciuto a Sorrento è variamente contrastato da molte memorie locali pugliesi, calabresi, lucane, siciliane ed anche romane.

E' però anche accertato che, a far tempo dall'inizio di questo secolo, la fabbricazione di Provolone si estese in Italia Settentrionale a cominciare dal Lodigiano, Basso Bresciano, Piacentino e Cremonese.

Questa estensione fu sicuramente favorita dalla capacità dell'arte casearia padana, cui non difettavano conoscenze tecnologiche e tanto meno disponibilità di materia prima su cui sperimentarle.

Tale ultima circostanza ha verosimilmente giocato un ruolo determinante sul piano geografico: infatti l'impianto produttivo della zootecnia da latte e la sua evoluzione hanno visto protagonista la vasta pianura del Po, molto avvantaggiata dalla razionalità dell'assetto territoriale, dalle caratteristiche climatiche e dalla organizzazione delle strutture di trasformazione del latte.

L'affinarsi delle tecniche produttive ha inciso su alcune caratteristiche merceologiche, tra cui principalmente le dimensioni ed i pesi del prodotto, senza provocare una minore validità del risultato e quindi senza mutarne le caratteristiche fondamentali.

Infatti, se la fantasiosa varietà dei formati ottenibili è da sempre una caratteristica del Provolone, non altrettanto si può dire del peso, dove l'escursione da 1 a 6 Kg., consacrata nello standard del D.P.R. 1269/55, è stata enormemente travalicata, così da raggiungere livelli da primato sino a 4 o 5 quintali, ma anche diffondendo usualmente pezzature da 100 Kg., impensabili nella originarietà storica della produzione.

Questa evoluzione non è da ritenersi come bizzarro virtuosismo di casari irrequieti, bensì come acquisizione tecnica idonea ad offrire particolarissime e nuove suggestioni organolettiche di gusto, tanto più intense quanto maggiore è il formato che si riesce a realizzare.

Il mercato e la trasformazione dei consumi hanno pure molto influenzato l'evoluzione produttiva in questione. Infatti il progressivo avanzamento della propensione verso i sapori e leggeri, che ha pervaso ogni comparto della proposta gastronomico-alimentare attuale, ha trovato nel Provolone un prodotto versatile e oltremodo adattabile, grazie al sapiente uso dei diversi cagli di coagulazione impiegati.

Quanto sopra non vuole minimamente inficiare, neppure in piccola parte, pregi e caratteristiche del primigenio e storico formaggio tipico "Provolone"; intende bensì porre in evidenza come la traslazione delle produzioni di Provolone nelle province padane, abbia determinato peculiarità merceologiche che si ritengono meritevoli di uno specifico riconoscimento, connesso alla zona geografica che le ha originate e che da diversi decenni le sta conservando e tramandando con lealtà e costanza di uso.

Questo significa che l'attuale configurazione produttiva, anche

in senso geografico, non ha assolutamente violato la straordinaria validità di questo prodotto, che continua a vantare una originalità assoluta in campo mondiale e che ha meritato e mantenuto al Provolone la primogenitura in tutti i paesi dove si producono imitazioni.

Poichè questi succedanei, fabbricati in Europa come in America ed in Australia non sono qualitativamente confrontabili con il Provolone di tradizione italiana e tanto meno con quello attualmente prodotto in Padania, proprio questo Provolone, meritevole di essere identificato senza indebite confusioni tra i consumatori di ogni nazionalità e lingua, ora pretende il riconoscimento di quella denominazione che ad esso unitamente compete.

Venendo a precisare la geografia della produzione necessaria per identificare la zona di origine, si elencano di seguito le province interessate e gli opifici in esse operanti, con l'indicazione della loro potenzialità.

PIACENZA	Caseifici n. 8	Q.li	370.556
CREMONA	Caseifici n. 10	Q.li	973.392
BRESCIA	Caseifici n. 10	Q.li	920.060
BERGAMO	Caseifici n. 2	Q.li	98.760
VERONA	Caseifici n. 6	Q.li	225.410
TRENTO	Caseifici n. 1	Q.li	18.462
VICENZA	Caseifici n. 5	Q.li	438.316
ROVIGO	Caseifici n. 1	Q.li	98.000
TOTALE	Caseifici n. 43	Q.li	3.142.956

- ***Peculiarità del "Provolone padano"*** *: il formaggio per cui si chiede la DOP presenta sicuramente specifici caratteri merceologici che lo differenziano nettamente dalle produzioni similari. A proposito è sufficiente considerare aspetti relativi al formato, al grado di stagionatura, al gusto, alla standardizzazione qualitativa.*

- ***Tradizionalità del "Provolone padano"*** *: fin dalla fine del secolo scorso si è venuta a sviluppare una produzione dapprima artigianale, poi industriale che ha spostato il baricentro prouttivo dalle regioni del mezzogiorno a quelle padane. Proprio in queste regioni la produzione di Provolone si è sviluppata quantitativamente ed ha acquisito delle specifiche peculiarità, grazie all'interazione di numerosi fattori : materia prima, competenze tecniche dei casari, studi e ricerche di specialisti di scienze lattiero-casearie, metodi di lavorazione costanti e tradizionali.*

- ***Localizzazione produttiva del "Provlone padano"*** *: quasi il 100% della produzione di Provolone viene ottenuta in pianura Pianura Padana. Questo dato emerge dalle statistiche riportate dai successivi paragrafi della presente nota, dai dati storici elaborati da eminenti studiosi (si veda tra gli allegati lo studio del Savini) e dalle stesse testimonianze di produttori e funzio nari della Camerra di Commercio di province meridionali.*

- ***Esistenza di una effettiva diversificazione qualitativa*** *: si è riscontrato che i consumatori percepiscono in maniera evidente l'esistenza di una scala qualitativa nell'-*

ambito del formaggio Provolone e che il "Provolone padano" viene percepito in maniera del tutto distinta rispetto a formaggi similari ottenuti con materia prima e/o tecniche produttive diverse.

Pianificazione e realizzazione delle azioni

Posto che l'industria casearia padana è depositaria di un patrimonio di conoscenze, tecnologie, forme e innovazioni che le consentono di presentarsi sul mercato con un prodotto veramente superiore. Considerato, inoltre, le tradizioni casearie, lo sviluppo della zootecnia da latte, la presenza di un complesso sistema di imprese lattiero-casearie. Se ne deduce che nell'area padana, più che in altre regioni del Paese, sussitono le condizioni per sviluppare quello che, in modo sintetico, è possibile definire come "prodotto di marca".

Si tratta allora di studiare una serie di interventi finalizzati a praticare una strategia di differenziazione e cioè è necessario:

a) fissare precisi standard di produzione che identificano inequivocabilmente il prodotto padano;

b) predisporre un regolamento volto a consentire la tutela del prodotto di marca contro la contraffazione;

c) istituire un sistema di controllo della qualità;

d) studiare una marca adatta a facilitare la riconoscibilità da parte del consumatore;

e) mettere a punto un piano di comunicazione al pubblico dei consumatori e agli intermediari commerciali;

f) intensificare l'attività di ricerca e sviluppo per migliorare la qualità del prodotto;

g) mettere a punto un progetto di programmazione produttiva e commerciale.

Implicazioni di carattere tecnico-economico

Realizzare un piano di tutela e valorizzazione di un formaggio come il "Provolone padano", presuppone una intensa attività di organizzazione delle risorse, pianificazione delle strategie produttive e commerciali e esecuzione delle azioni per la traduzione operativa del progetto.

A fronte di una attività così complessa, si possono ottenere numerosi vantaggi, non solo per 'industria di trasformazione, ma per l'intero sistema agro-zootecnico della Pianura Padana.

Ecco in sintesi i vantaggi ottenibili con il riconoscimento della denominazione di origine:

a) miglioramento delle caratteristiche qualitative;

b) maggiore diffusione del prodotto, sia in Italia che all'estero;

c) possibilità di contrastare con successo la concorrenza di prodotti di sostituzione e di imitazione;

d) possibilità di rafforzare l'industria lattiero-casearia italiana e di generare favorevoli "economie esterne" nell'area geografica interessata;

e) aumento della trasparenza del mercato e possibilità per il consumatore di manifestaremeglio la propria libertà di scelta.

· Il mercato del Provolone: aspetti della domanda e dell'offerta

La produzione ed il consumo di Provolone hanno una importanza rilevante nell'ambito del mercato italiano dei formaggi. Ogni anno vengono impiegati oltre 5 milioni di quintali di latte e vengono ottenuti circa 430.000 quintali di Provolone e prodotti similari, per un valore di mercato, a prezzi all'ingrosso, superiore a 350 miliardi di lire (tabella1).

La produzione di questo formaggio è inferiore solamente a quella del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano. Da oltre un secolo la quasi totalità del prodotto viene ottenuta in Italia settentrionale, anche se, come si vedrà meglio in seguito, la tipologia casearia che ne ha originato l'attuale denominazione proviene dalle medesime abilità artigianali che nell'Italia meridionale hanno fatto la grandezza del Caciocavallo.

Il consumo del formaggio Provolone avviene, in prevalenza, nelle regioni meridionali del Paese. Infatti, secondo un'indagine effettuata da Eurisko per conto dell'Associazione italiana allevatori nel 1985 il coefficiente di penetrazione del prodotto raggiunge il massimo nel mezzogiorno (quasi il 58% delle famiglie lo acquista abitualmente), mentre a livello nazionale l'indice arriva appena al 36,1%. La stessa indagine è stata ripetuta nel 1987 e nel 1988 ed ha confermato la prevalente localizzazione della domanda nelle regioni Centro-Sud. Bisogna rilevare, tuttavia, un discreto incremento del consumo del prodotto in Italia settentrionale. Questo processo, anche se finora non ha ancora assunto un ritmo rilevante, è destinato sicuramente a proseguire in futuro, per il favorevole effetto esercitato da alcuni fenomeni in atto nel settore alimentare. Negli ultimi tempi si riscontra una maggiore attenzione nei confronti degli alimenti genuini, qualitativamente buoni e garantiti da un marchio commerciale e/o collettivo. Inoltre, le continue modificazioni negli stili e nelle abitudini alimentari privilegiano sempre di più quei prodotti che presentano specifici "plus" in termini di varietà di gusto, facilità di impiego e modalità di consumo. Il formaggio Provolone risponde molto bene a queste esigenze poichè ha ormai acquisito un soddisfacente standard qualitativo e presenta una spiccata flessibilità, sia in termini di gamma merceologiaca, sia in termini di possibilità di utilizzo in cucina.

Le esportazioni di Provolone hanno raggiunto negli ultimi anni un discreto livello (circa 30.000 quintali) e sono destinate, prevalentemente, verso i paesi ad elevata presenza di immigranti italiani (Nord America, Nord Europa). Il Provolone compare ai primi posti nella classifica dei formaggi italiani più esportati, essendo preceduto solamente dal Pecorino, Gorgonzola e grana. Nel 1988 e nel 1989 il prodotto in parola ha beneficiato, al pari di tutti i più qualificati formaggi italiani, dell'incremento delle esportazioni. Anzi il balzo fatto registrare è risultato superiore rispetto agli altri prodotti lattiero-caseari. Infatti, nel 1988 le esportazioni complessive dei formaggi hanno segnato un incremento del 16%. Considerando, invece, le singole categorie merceologiche emerge che le esportazioni di grana sono aumentate del 19%, quelle del Pecorino del 22%, mentre per il Provolone l'aumento è stato superiore al 30%.

Dal punto di vista merceologico si possono individuare 2 categorie di prodotto: il tipo dolce, sottoposto a brevi intervalli di stagionatura (mediamente "2 mesi), disponibile

in forme e dimensioni estremamente varie, di gusto non pronunciato e molto apprezzato anche nelle regioni settentrionali. Il tipo "saporito", con gusto più pronunciato (piccante), stagionato per un intervallo di tempo molto lungo (da 3 a 12 mesi). Il Provolone piccante viene apprezzato in un modo particolare nelle regioni dell'Italia centro-meridionale ed all'estero.

La struttuta del mercato si presenta con caratteristiche diverse rispetto agli altri formaggi tipici e di pregio come il Parmigiano Reggiano e il grana Padano. Questi ultimi presentano un sistema produttivo costituito esclusivamente da piccole e medie aziende, incapaci di implementare la strategia di marketing e le relative politiche di segmentazione della domanda e di innovazione del prodotto. La loro attività consiste, essenzialmente, nella trasformazione della materia prima e nella vendita delle produzioni ai grossisti e ad altri intermediari commerciali. Al contrario, il mercato del Provolone presenta una azienda leader (Auricchio S.p.A.) con un marchio molto noto ed affermato a livello del consumatore finale, con un volume di affari in grado di assicurare le risorse necessarie ad una autonoma politica commerciale e con una adeguata conoscenza del mercato nazionale ed internazionale. Accando ad Auricchio, operano alcune altre grosse aziende lattiero-casearie, come ad esempio la Galbani e la Locatelli le quali, tuttavia, non hanno mai raggiunto una posizione significativa in questo specifico segmento di mercato. Le restanti aziende produttrici di Provolone sono cooperative e imprese private di piccole e medie dimensioni, la cui distribuzione avviene in mercati geograficamente ristretti e con marchi poco noti a livello del consumatore. In riferimento a questo variegato sistema di imprese è possibile individuare 2 raggruppamenti strategici che operano seguendo un approccio al mercato completamente diverso. Da un lato vi sono le aziende aderenti al Consorzio per la tutela del Provolone. Queste, sono posizionate nella fascia alta del rapporto qualità-prezzo e presentano una gamma molto diversificata, sia per formati, sia per gusto. Dall'atro vi sono un ristretto numero di piccole aziende localizzate in Italia meridionale ed insulare, con prodotti di qualità non elevata spesso ottenuti a partire da cagliate di importazione e con una gamma produttiva specializzata verso prodotti di piccola pezzatura e poco stagionati.

In definitiva il sistema competitivo del comparto del provolone può essere distinto in 3 raggruppamenti strategici di imprese (figura 1) le cui differenze sono ascrivibili alle caratteristiche della gamma produttiva e al tipo di politica di marca impiegate.

Per una verifica empirica delle differenze nella politica di prodotto dei 3 raggruppamenti aziendali si rimanda alla tabella 2, dove è stato riportato il portafoglio prodotti di tre aziende operanti nel segmento del Provolone. La società A, localizzata in Pianura Padana, è una impresa privata leader di mercato per qualità e quantità; la B e la C, sono iscritte al Consorzio del Provolone. La prima ha il proprio impianto in Italia settentrionale, mentre l'altra ha il suo stabilimento in una regione meridionale. E' facile osservare come solo le 2 imprese padane presentino una gamma completa, comprendente le piccole, le medie e le grosse pezzature. L'azienda meridionale, invece, è specializzata verso la produzione di formati minori. Questa circostanza conferma la tesi che solo nella Pianura Padana si sono sviluppate quelle capacità tecniche e

quelle tradizioni casearie distintive che consentono di presentare sul mercato una gamma di prodotti veramente speciale.

Alcune sintetiche considerazioni sull'importanza economica del Provolone

Da quanto detto in precedenza emerge molto chiaramente l'importanza del formaggio Provolone e in particolare della produzione padana nell'ambito dell'economia lattiero-casearia italiana.
Volendo sintetizzare in poche parole il ruolo ricoperto da questo formaggio, si può senz'altro affermare che al pari delle altre prestigiose specialità della nostra industria di trasformazione il Provolone presenta :
***a) "un mercato molto sviluppato"** in termini di quantità prodotte, aree geografiche servite, strutture di traformazione e stagionatura;*
***b) "una soddisfacente corrente di esportazione verso i principali mercati solvibili"** (Comunità Europea, Stati Uniti, Canada, Australia) e una buona suscettibilità a poter espandere ulteriormente il grado di penetrazione in questi mercati;*
c) "una presenza radicata nelle abitudini alimentari italiane".
Un ulteriore aspetto relativo all'importanza economica del Provolone merita una trattazione separata. Si tratta del processo di interazione che si è stabilito da molti anni tra il mercato del prodotto in esame e quello del Grana Padano. Tutti gli esperti del settore lattiero-caseario sanno bene che, normalmente, la produzione di Provolone funziona, in una certa misura come "camera di compensazione" per le variazioni congiunturali che si verificano nel settore dei grana. Infatti, quando la domanda ed il prezzo di questo prodotto attraversano una fase positiva, i caseifici ne aumentano la produzione e beneficiano, di conseguenza, della favorevole situazione del mercato. Al contrario, quando la congiuntura del grana attraversa periodi di crisi, il latte destinato a Provolone aumenta, nel mercato del grana rallenta la pressione dell'offerta. In tal modo l'industria di trasformazione riesce ad attenuare l'entità delle perdite. In sostanza, la presenza nella gamma produttiva dei caseifici padani del formaggio Provolone permette una buona stabilizzazione del mercato e, di riflesso, consente all'industria casearia e agli stessi allevatori di contenere gli effetti delle crisi di mercato sui loro conti economici.
Quanto è stato in precedenza ricordato consente di fare 2 considerazioni molto utili per valutare il senso e la portata della richiesta di ottenere il riconoscimento di origine per il "Provolone Padano". In primo luogo la correlazione tra i 2 mercati è una dimostrazione di come, ormai, il famoso formaggio a pasta filata abbia acquistato una cittadinanza padana e svolge in questo specifico mercato geografico un ruolo molto importante. Una seconda considerazione ha una valenza più generale e investe l'intera economia lattiero-casearia italiana. L'eventuale accettazione da parte delle componenti autorità di riconoscere la denominazione di origine per il formaggio Provolone, consentirebbe al Consorzio di tutela di praticare una strategia di differenziazione e una politica di marchio ben più efficaci di quanto sia stato fatto finora. A seguito di tutto ciò si determinerebbe un consolidamento del mercato, con la possibilità di im-

piegare maggiori quantitativi di materia prima e di conseguire prezzi remunerativi e premianti sia per gli allevatori che per i produttori.
Questo implica ache un maggiore equilibrio indotto nel mercato del Grana Padano e un miglioramento generale del funzionamento di tutto il settore lattiero-caseario nazionale.
A sotegno di quanto appena affermato sulla importanza economica del prodotto, vengono di seguito presentati e commentati alcuni dati rilevanti da fonti statistiche ufficiali, dal Consorzio di tutela del Provolone e da ricerche di mercato svolte da istituti privati. E' forse il caso di aggiungere che i paragrafi successivi riprendono e sviluppano le considerazioni già svolte in precedenza e in certi casi, riportano alcune interessanti argomentazioni a sotegno della tesi che si vuole dimostrare in questa relazione. Questi dati approfondiscono in particolare gli aspetti legati alla localizzazione della produzione, alle esportazione, al consumo di Provolone, e alle strategie competitive delle imprese impegnate nel comparto.

- ***La locazione della produzione***

La produzione di Provolone e similari si mantiene da alcuni anni ad un livello compreso tra 420.000 e 430.000 quintali. Ai fini della presente relazione risulta interessante determinare l'incidenza della produzione padana sul totale. Purtroppo non esistono statistiche in merito, di conseguenza, si e dovuto ricorrere a rilevazioni dirette e stime. Al fine di ottenere dei valori sufficientemente indicativi nella localizzazione dell'offerta, si è cercato di disaggregare quanto più possibile il dato sulla produzione globale per separare dall'intera categoria quelle tipologie di prodotto storicamente ottenute in determinate aree geografiche. Le informazioni raccolte hanno consentito di costruire le tabelle 3 e 4 dove sono state individuate le seguenti categorie merceologiche:
a) Provolone tipico prodotto in Pianura Padana: *si tratta di formaggio proveniente da una ben delimitata area geografica e regolarmente marchiato con il bollino del consorzio;*
b) Provolone tipico prodotto in altre regioni: *costituito da poche migliaia di quintali di formaggio, sottoposto a breve periodo di maturazione, ottenuto in formati di piccole dimensioni e prodotto da caseifici da poco tempo associati al consorzio di tutela;*
c) Provolone padano prodotto dal "market leader": *si tratta di una parte cospicua dell'intero mercato, ottenuta sia attraverso produzione diretta rispettando gli standard caratteristici del "Provolone padano", sia commissionata ad aziende consorziate, tramite contratti di produzione di medio-lungo periodo;*
d) Caciocavallo e Ragusano: *si tratta di formaggi tipici dell'artigianato gastronimico dell'Italia Centrale e Meridionale. La produzione di Caciocavallo si attesta attorno a 30.000 quintali, mentre quella di Ragusano è pari a 25.000 quintali;*
e) altre produzioni: *è una componente residuale della voce merceologica Provolone e similari. Si ritiene che per buona parte siano costituite da formaggi tipo Provolone, ottenuti nelle regioni del Centro-Sud, impiegando come materia prima le cagliate di*

importazione. Questi formaggi, insieme alle imitazioni provenienti dall'estero, esercitano una forte concorrenza verso il prodotto di qualità, in virtù di un prezzo di mercato sensibilmente inferiore. In aggiunta, contribuiscono al deterioramento dell'immagine del vero Provolone. Molto spesso i produttori e i commercianti di questi prodotti commettono un reato di contraffazione, poichè trattasi di imitazioni del formaggio tipico, fatto con l'intendimento di farlo passare per originale.
Da tutto quanto finora detto, scaturiscono una serie di importanti considerazioni che vengono di seguito sinteticamente riportate. In primo luogo, il "Provolone Padano" rappresenta ormai una parte dominante all'interno della categoria merceologica. In riferimento al 1988, il prodotto in parola costituiva il 79,7% della produzione di Provolone e similari. Laddove si consideri solo l'offerta di Provolone, escludendo, pertanto, Caciocavallo e Ragusano, l'incidenza risulta ben più elevata ed arriva al 91,3%. In secondo luogo, bisogna mettere in evidenza come il mercato in esame risulti molto diversificato, soprattutto in riferimento al livello qualitativo dell'offerta. Di conseguenza, il consumatore si trova di fronte ad un gran numero di prodotti che si fregiano del nome Provolone, ma che si distinguono nettamente per le caratteristiche naturali e tecniche, la forma, l'aspetto, la presentazione e, soprattutto, per il livello qualitativo. Discende, quindi, la necessità di aumentare la trasparenza, attraverso una politica di marchio che consenta al consumatore una identificazione dei prodotti, una facile distinzione in base alla loro provenienza e un efficace collegamento tra il prodotto, la sua qualità e la sua denominazione commerciale.
Da ultimo si rileva come la produzione ottenuta in Italia centrale e meridionale risulti piuttosto marginale, interessando nel complesso meno di 30.000 quintali. Di tutto questo quantitativo solamente una parte assolutamente trascurabile è costituita da paste filate di qualità, suscettibili di una qualche valorizzazione commerciale, in quanto ottenute a partire da latte di provenienza nazionale.

Le esportazioni

Come è stato già precisato altrove, le vendite all'estero di Provolone hanno raggiunto una consistenza del tutto interessante, sia sotto l'aspetto delle quantità commercializzate (di poco inferiore al Pecorino, Gorgonzola e Grana), sia per il valore delle esportazioni. Nel 1987, le aziende italiane, per mezzo delle vendite di Provolone hanno conseguito un fatturato all'estero superiore a 22 miliardi di lire, pari al 6% del fatturato del comparto (tabella 5). Purtroppo i dati ISTAT sul Commercio internazione inseriscono il Provolone insieme ad altre specialità casearie, individuando la categoria merceologica 810 denominata: "Asiago, Caciocavallo, Provolone, Ragusano". Per questa ragione non è possibile calcolare con precisione la consistenza e la destinazione dei flussi del solo Provolone. Tuttavia, da rilevazioni effettuate di recente e da interviste condotte con alcuni esperti del settore è risultato che al famoso formaggio a pasta filata, debbano essere attribuite all'incirca l'80% delle esportazioni della voce doganale 810. Questa considerazione viene confermata anche dall'analisi del commercio con l'estero per il 1988. Si deve premettere che a partire dal primo gennaio

dell'anno scorso è stata introdotta una nuova classificazione doganale , in cui si sono separati i dati relativi alle esportazioni di Provolone (che pertanto compare come voce doganale a se stante), da quelli relativi all'Asiago, al Caciocavallo e al Ragusano. Questi 3 formaggi, insieme al Montasio sono stati raggruppati in una nuova voce doganale sotto il codice 0406.90.75. Questa circostanza ha consentito di predisporre la tabella 6 da dove emerge che, per il 1988, la quota del Provolone sulle esportazioni totali è pari all'80,4%.

Per il quantitativo oggetto di commercializzazione oltre frontiera non è dato conoscere con esattezza la provenienza geografica, tuttavia, in base a una piccola indagine effettuata presso le principali aziende esportatrici non sono emersi quantitativi di formaggio esportato non provenienti dalla Pianura Padana.

Prima di chiudere il discorso relativo al commercio con l'estero è il caso di ribadire quanto già accennato in precedenza, sul positivo incremento delle esportazioni di formaggi italiani. Nel 1988 è stato ottenuto un record di 63.276 quintali, il balzo rispetto all'anno precedente è stato del 16%. A determinare questa dinamica ha contribuito in misura rilevante il Provolone che, secondo alcune stime effettuate, ha incrementato il proprio export da poco più di 22.000 quintali del 1987, a 29.790 quintali dell'anno successivo.Questo dimostra che siamo di fronte ad un prodotto di grande valenza,suscettibile di ricoprire un ruolo importante nell'ambitò della ristretta "elite" dei formaggi italiani apprezzati anche in altri Paesi. E' necessario,dunque,valorizzare ulteriormente il patrimonio a disposizione e consentire alle aziende del settore di implementare una politica commerciale più caratterizzante,in grado anche di contrastare la crescente concorrenza esercitata dalle produzioni di massa e dalle imitazioni provenienti da Paesi dove l'industria di trasformazione é favorita dalle ampie disponibilità di materia prima e da una legislazione più permissiva.

Il consumo

La domanda di Provolone nel complesso risulta caratterizzata da una notevole stabilità che é la risultante di una tendenza alla riduzione del consumo del prodotto piccante,compensato da un incremento del prodotto dolce.Secondo recenti stime effettuate dal Consorzio di tutela,il consumo complessivo di Provolone tipico e formaggi similari,compresi quelli di importazione,si attesterebbe attorno a 500.000 quintali. Il mercato presenta al proprio interno numerosi segmenti che differiscono per l'importanza attribuita alla qualità;per le preferenze in termini di gusto,sapore e pezzature e,infine,per l'importanza assegnata al fattore prezzo. Il Provolone tipico ha una quota di circa il 50 %, mentre quello prodotto in Pianura Padana (rispettando gli standard tecnici della zona d'origine) rappresenta poco più del 60% della domanda complessiva.

La penetrazione presso le famiglie italiane ha subito negli ultimi 2-3 anni interessanti incrementi,passando dal 36,1 % del 1985 ,al 38,1% del 1988. Nello stesso tempo si é verificato una maggiore diffusione del prodotto nelle aree geografiche del Nord,a testimonianza del fatto che ormai il prodotto é entrato a far parte delle abitudini alimen-

tari dell'intero Paese. Il formaggio è prevalentemente acquistato al taglio, questo implica la difficoltà del consumatore a identificare la marca e una certa propensione ad affidare alla discrezione del dettagliante la responsabilità sulla qualità dell'offerta.
Più del 50% dei consumatori di Provolone lo utilizza almeno 2-3 volte ogni settimana. Il suo consumo avviene con larga misura durante la cena, sia come secondo piatto che alla fine del pasto. Abbastanza sviluppato è pure l'utilizzo come ingrediente, grazie alla elevata versatilità del prodotto che si presta ad essere utilizzato anche allo stato fuso.
Le prospettive per il futuro si presentano abbastanza favorevoli, sia per l'interesse del consumatore verso le produzioni tradizionali della industria lattiero-casearia italiana; sia per alcuni vantaggiosi attributi del prodotto: conservabilità, varietà di gusti e di formati, facilità di impiego.
Nonostante la difficoltà a praticare una efficace strategia di marca, il mercato del Provolone a differenza di altri formaggi tipici e a denominazione d'origine, è caratterizzato dalla presenza di alcune marche commerciali di successo. Secondo l'ultima indagine Eurisko il 51,3% delle famiglie utilizzatrici si rivolge abitualmente alla stessa marca, mentre la restante parte non esprime alcuna preferenza. Il "brand" più conosciuto è senza dubbio Auricchio, preferito dal 41% delle famiglie consumatrici (tabella 8).
Restringendo l'esame all'andamento del consumo per il solo Provolone Tipico, emerge un discreto aumento verificatosi a partire dal 1986. Le rilevazioni effetuate trimestralmente dal Consorzio hanno messo in evidenza come dal 1985 al 1986 la domanda sia passata da 209.000 a 275.000 quintali. Nel corso degli ultimi 2 anni, è stata, invece, riscontrata una maggiore stabilità.
Così nel 1988 la domanda è stimata attorno a 250.000 quintali. Alla base di questo andamento apparentemente contrastante ci sono 2 fenomeni che esercitano una influenza di segno opposto.Da un lato bisogna segnalare la maggiore attenzione del consumatore nei confronti dei prodotti di qualità e di quelli garantiti dal punto di vista delle "performance" merceologiche.In direzione contraria agisce,invece,la forte concorrenza esercitata da prodotti di importazione e da formaggi di sostituzione. Questi sono venduti a prezzi più contenuti e contribuiscono a rendere fluida la situazione del mercato ed a favorire gli spostamenti di preferenze dei consumatori. Una più efficace strategia di differenziazione del Provolone padano rispetto ai formaggi similari potrebbe comportare una stabilizzazione del mercato e un rafforzamento della posizione competitiva del prodotto di qualità. Inoltre contribuirebbe ad aumentare la conoscenza del consumatore sulle caratteristiche del l'offerta,aumentando così il suo potere discrezionale .
In definitiva,da questa sintetica analisi sul consumo del formaggio Provolone tipico,emerge una situazione caratterizzata dalla presenza di elementi di forza e elementi di debolezza. In particolare si deve sottolineare come esistono interessanti potenzialità di sviluppo e consolidamento della domanda,a condizione,però,che vengano studiati e realizzati una seria ed efficace strategia di differenziazione. Questa deve puntare su tre importanti aspetti:
a) un continuo miglioramento della qualità per soddisfare sempre meglio le esigen-

ze che il consumatore esprime in tal senso;
b) una efficace politica di marchio,atta a consentire una netta distinzione con le altre produzioni presenti in commercio;
c) una ulteriore diffusione del prodotto nelle regioni settentrionali e all'estero.
Le possibilità di successo di questa strategia sono molto elevate,la stessa esperienza del leader di mercato ha dimostrato,del resto,come la qualità del prodotto,il rispetto della tradizione,accompagnati , anche,da una indovinata politica pubblicitaria possono riuscire a creare un legame molto stretto con il "target-group".

Le startegie competitive dell'industria di trasformazione

Le aziende impegnate nel mercato del Provolone sono state distinte in 3 raggruppamenti (si veda il primo paragrafo),dove la politica di marca e l'ampiezza della gamma produttiva sono sicuramente gli aspetti che maggiormente distinguono i 3 gruppi di imprese. Le grandi aziende private utilizzano la loro marca commerciale e investono molto in pubblicità,dispongono di una organizzazione di vendita capillare e generalmente non impiegano l'intermediazione del grossista per la distribuzione dei loro prodotti. Questo consente loro di esercitare un maggiore controllo sul mercato e di trattenere una quota superiore di valore aggiunto. Le aziende di questo raggruppamento, generalmente, seguono delle politiche di portafoglio e,di conseguenza,ampliano o riducono la quantità prodotta e la gamma merceologica in funzione della evoluzione del mercato e della pressione concorrenziale.
Le aziende assiociate al Consorzio di tutela (II° raggruppamento) puntano quasi esclusivamente sul marchio consortile e,di conseguenza,riescono a mantenere la propria quota di mercato e a conseguire un soddisfacente livello di redditività nella misura in cui questo marchio acquista una maggiore notorietà e il consumatore manifesta la propria fedeltà nei confronti del prodotto tipico.Laddove si consideri che le imprese di questo raggruppamento presentano una dimensione piuttosto contenuta e,nella maggioranza dei casi,trattasi di società cooperative,emerge molto chiaramente che la condizione necessaria per la loro sopravvivenza è costituita da una più efficace tutela a valolizzazione del marchio consortile.
Le piccole e medie aziende del terzo gruppo non impiegano una strategia di marca e utilizzano il prezzo come principale fattore concorrenziale. Queste imprese riescono a mantenere un soddisfacente volume di vendita attraverso la riduzione dei costi di produzione: bassi investimenti in comunicazione, minimizzazione delle spese di approvvigionamento della materia prima e riduzione dei costi di trasformazione.
In definitiva, volendo impiegare la classificazione proposta dagli studiosi di economia aziendale, si può affermare che il raggruppamenti 1 e 2 seguono una strategia di differenziazione, mentre il gruppo 3 punta sulla "leadership dei costi". Le grandi aziende private (gruppo 1) riescono a finanziare e sostenere le loro strategie grazie alle risorse finanziarie disponibili, alla notevole organizzazione commerciale e alla competenza del proprio "management".Al contrario, le aziende del secondo raggruppamento non disponendo delle risorse e delle compretenze necessarie a implementare la strategia

di differenziazione, delegano al Consorzio di tutela la gestione di alcune variabili del marketing-mix: promozione, strandard qualitativi, marca.

Evoluzione storica dell'assetto competitivo

E' interessante ricostruire la dinamica strutturale della industria lattiero-casearia operante nel comparto, poichè consente di capire meglio i meccanismi di mercato e di porre in evidenza come la Pianura Padana sia divenuta il baricentro produttivo di questo formaggio a partire dagli inizi del secolo e sia, ormai, depositario di una tradizione tecnica del tutto speciale. Tra la fine del'800 e l'inizio del 900 un certo numero di aziende meridionali richiamate da una situazione di abbondanza della materia prima, da una profonda e diffusa conoscenza dell'arte della caseificazione e per facilitare il processo di transizione da società familiari pre-artigianali, a moderne imprese organizzate, hanno localizzato i loro impianti produttivi nel settentrione (soprattutto nella provincia di Cremona, Piacenza, Brescia). Altre imprese non hanno trasferito la propria sede operativa, ma si sono gradualmente trasformate in aziende commerciali ed hanno avviato una attività di distribuzione al Sud di quanto prodotto presso caseifici della Pianura Padana. Si è venuta a creare, così, una forma di rapporto mercantile stabile tra produttore e distributore che spesso assume la configurazione di una "joint venture", in cui l'azienda a monte conferisce le proprie risorse tecnico-produttive e quella a valle mette a disposizione le strutture commerciali e la propria profonda conoscenza del mercato e del consumatore. Nel frattempo la tecnica di produzione del provolone, si è diffusa rapidamente in tutto il settentrione e molte aziende locali hanno iniziato a produrre cospicue quantità di questo formaggio. Anzi, le spiccate capacità tecniche dei casari padani hanno consentito di migliorare considerevolmente la qualità del prodotto e di proporre una gamma merceologica ben più ampia rispetto a quella originaria.

Molte altre imprese meridionali hanno utilizzato una terza via, questa consiste nel mantenere la propria localizzazione nel Sud e sostituire il latte di produzione locale con materie prime e semilavorati di importazione. E' forse il caso di ricordare che queste aziende di sono specializzate in produzione di formaggi a pasta filata freschi o a breve ciclo di stagionatura e nella precedente classificazione in raggruppamenti strategici sono stati inseriti nel gruppo 3.

Questo profondo riassetto strutturale ed organizzativo del comparto, si è verificato in un arco di tempo che inizia dalla fine del secolo scorso e si estende fino agli anni ottanta (tabella 10). In particolare, lo spostamento dell'attività produttiva al Nord è praticamente cessato agli inizi degli anni sessanta, mentre la trasformazione in aziende commerciali e la specializzazione della gamma verso formaggi freschi e poco stagionati è tutt'ora in atto. Infatti, alcuni aziende meridionali con produzioni artigianali trovano conveniente ristrutturare i loro impianti produttivi e spostare completamente la loro gamma verso il latte pastorizzato e i formaggi a pasta filata tipo mozzarella e tipo Provolone. In questo ultimo caso trattasi di produzioni che hanno poco in comune dal punto di vista merceologico con il classico formaggio ottenuto nella Pianura

Padana.
A sotegno di quanto è stato esposto in precedenza vengono di seguito tratteggiati alcuni brevi profili storici di aziende produttrici di Provolone.

Giovanni Carbonelli S.p.A.: *questa società è nata a Secondigliano (NA) attorno alla fine del secolo scorso e si occupava della sola commercializzazione di provolone. Dopo pochi anni inizia una discreta attività di produzione in proprio. I formati ottenuti variavano da un minimo di 1 kg ad un massimo di 5 kg. Nel 1910 l'azienda si trasferisce a Codogno (Milano) e pochi anni dopo costituisce la sede amministrativa a Cremona. Attualmente il caseificio è localizzato nel comune di Remedello in provincia di Brescia. Dopo il trasferimento nel Nord, l'azienda attraversa un soddisfacente periodo di sviluppo dimensionale e diversifica la propria gamma produttiva inserendo formati fino ed oltre 100 kg.*

Gennaro Auricchio S.p.A.: *l'azienda nasce nel 1877 a San Giuseppe Vesuviano (Napoli), agli inizi del secolo l'attività produttiva viene traferita nella Pianura Padana e nel 1949 con il trasferimento della sede amministrativa a Cremona, il vecchio stabilimento produttivo in provincia di Napoli diventa una semplice filiale. Come spesso è ricordato dagli esponenti della famiglia Auricchio, la scelta di localizzare l'attività produttiva in Pianura Padana, si è rile rilevata una felice intuizione imprenditoriale che ha consentito di ottenere uno sviluppo dimensionale veramente ragguardevole, di entrate a far parte delle prime 30 aziende lattiero-casearie italiane e di divenire leader di mercato, sia per il livello qualitativo delle produzioni, sia per le quantità commercializzate. Da segnalare, infine, una forte presenza nel mercato USA, dove commercialmente il prodotto Auricchio viene venduto con il marchio "imported cheese", per distinguerlo dal "domestic cheese": un formaggio tipo Provolone ottenuto dalle 2 società collegate alla famosa azienda italiana.*

Luciano Pozzolini S.p.A.: *la storia di questa azienda differisce dalle due precedenti, ma forse è ancora più significativa ai fini della presente relazione. Infatti, il caso Pozzolini offre una dimostrazione veramente interessante di come la produzione di "Provolone padano" abbia acquisito negli anni una rilevanza del tutto particolare, sia sotto il profilo quantitativo, sia dal punto di vista della qualità e della peculiarità tipologica. Attorno alla metà degli anni sessanta la famiglia Pozzolini, propietaria di una importante società industriale e commerciale con sede operativa in Abruzzo, acquisisce a Castelvetro Piacentino (Piacenza), un caseificio per la produzione di Provolone. L'iniziativa ottiene subito un certo successo, anzi dal punto di vista commerciale il caso in esame costituisce uno dei più riusciti tentativi di praticare una strategia di marca in senso moderno per il formaggio Provolone. I Pozzolini creano, infatti, una marca il cui nome ("K 48") evocava il principale "plus" del prodotto: quello di presentare un tenore di materia grassa sul secco superiore al minimo imposto dalla legge. All'inizio degli anni ottanta si verifica una svolta molto importante: la famiglia Pozzolini decide di chiudere l'impianto di Castelvetro e di continuare a commer-*

cializzare con proprio marchio, acquistando il prodotto presso società industriali e cooperative della Pianura Padana, con le quali vengono stipulati contratti di fornitura di mediolungo periodo.
Questo caso è estremamente significativo poichè rafforza la tesi che si vuole sostenere in questa relazione. L'azienda in parola, infatti, per soddisfare l'obbiettivo di continuare a mantenre una buona posizione competitiva nel mercato del Provolone, ha affidato ad imprese padane la responsabilità della produzione ed ha mantenuto il coordinamento distributivo e di marketing.
Il Signor Pozzolini nel corso di una telefonata avuta con i responsabili del Consorzio ha affermato che nel Sud non è mai esistita una produzione di Provolone. Laddove con questo termine si intenda un formaggio a pasta filata stagionato e di peso superiore a 3-4 kg. Secondo l'imprenditore la produzione del Mezzogiorno è costituita esclusivamente da mozzarella e caciocavallo a 2-3 kg.

Il Provolone è un prodotto padano

Evoluzione dell'area geografica

Comunemente si pensa al Provolone come ad un formaggio dell'Italia meridionale; alcuni fanno risalire etimologicamente il Provolone alla provola e questa alla prova; termine napoletano che individuava un latticino di forma sferica confezionato con latte di bufala e da consumarsi fresco.
in realtà il nome Provolone diventa di uso corrente a partire dalla fine dell'ottocento in concomitanza con lo sviluppo, grazie all'intraprendenza di operatori del Sud, della produzione nell'area padana di un formaggio a pasta filata ottenuto da latte bovino; in precedenza infatti (cfr. Cattaneo A., Il latte e i suoi prodotti, Milano 1839) si parlava quasi esclusivamente di Caciocavallo **.*
Lo stesso rinomato prodotto di Gravina nelle Puglie non veniva identificato con il nome di "provolone", ma bensì con quello di "pallone"; le descrizioni storiche riconducono questa produzione alle tecnica casearie proprie del "Cacio-cavallo".
Si porta a esempio la situazione produttiva del 1937 (tabella 11): il formaggio provolone rappresentava circa il 68% dei formaggi a pasta filata e per il 97,5% era prodotto nella pianura Padana. Considerando le informazioni relative alla situazione della seconda metà dell'ottocento si deduce che la produzione di paste filate (con assoluta prevalenza di Caciocavallo) era localizzata nelle regioni meridionali; si colloca intorno al 190 l'affermazione delle produzioni settentrionali (cfr. Fascetti G.: Il latte, Hoepli, Milano 1929).

** Notizie frammentarie individuano intorno al 1870 l'anno di apertura nel basso bresciano-a Borgo S.giacomo-d'un caseificio di proprietà dei fratelli Margiotta, originari di Murolucano.*

*** "Dico che cinquant'anni fa il caseificio delle singole plaghe lattifere aveva carattere prettamente locale ..., nel Mezzogiorno non si facevano che Caciocavalli", Besana C.: Caseificio, UTET Torino, 1916.*

I fattori che hanno contribuito all'affermazione e lo sviluppo nel Nord Italia di questo formaggio trovano le loro ragioni di essere nella presenza di una florida zootecnia, nell'abbondante e regolare produzione di ottimo latte, nelle elevate capacità e conoscenze dei tecnici caseari locali .
Questo trasferimento dal Sud alla Pianura Padana ha portato quindi a sostanziali aggiornamenti tecnologici del ciclo produttivo e gli oltre 100 anni di storia hanno condotto alla definizione di caratteristiche organolettiche e merceologiche proprie derivanti dall'ambiente di produzione (cfr. Savini E.: Chimica ed analisi del latte e dei latticini, Hoepli, Milano 1946).

Quotazioni storiche

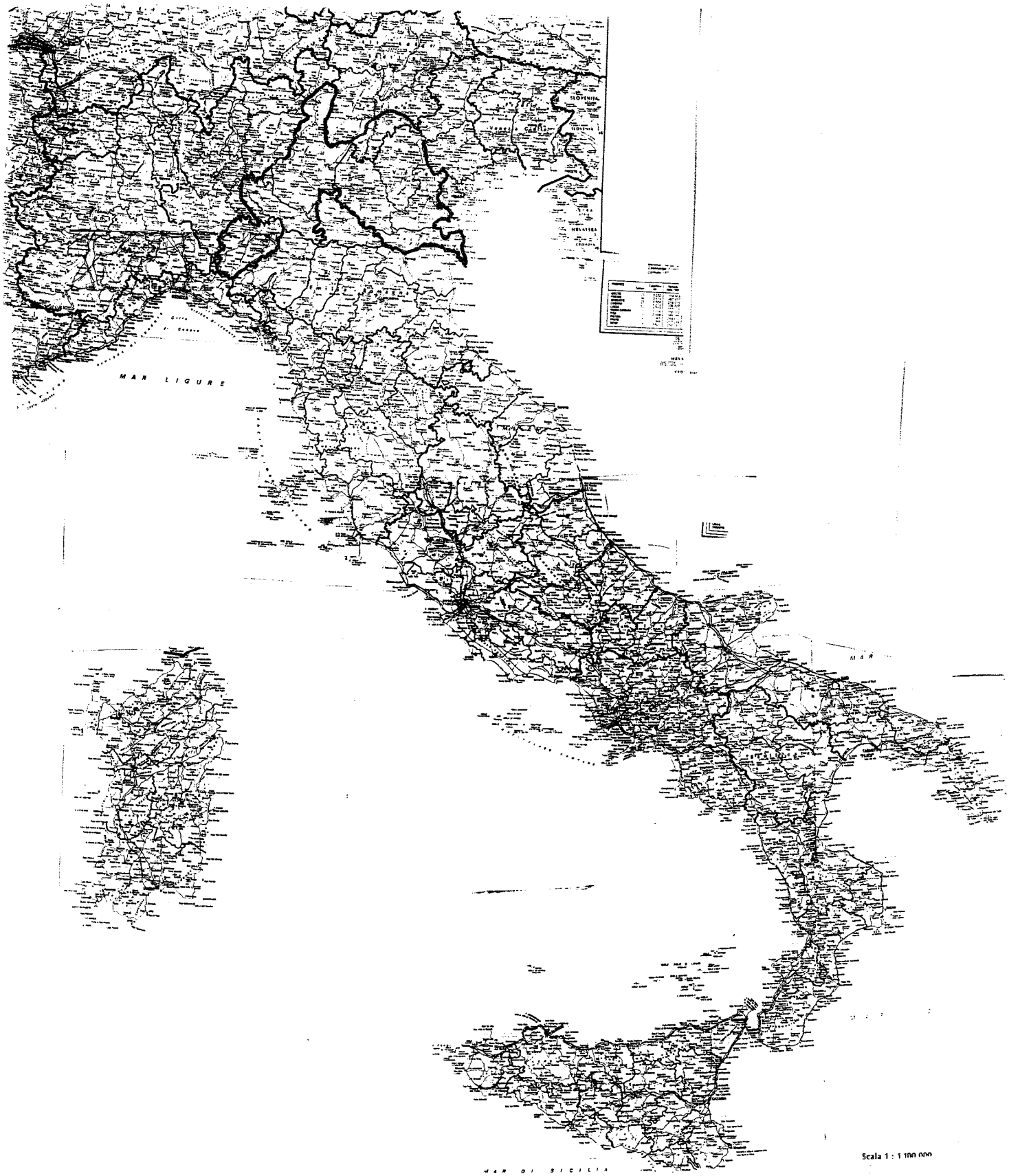
Si sa per certo che il Provolone (soprattutto lombardo) alimentò almento fino alla seconda guerra mondiale un elevato flusso delle esportazioni: esistono testiminianze che indicano come gli industriali inviassero il loro prodotto dalle province settentrionali a quelle meridionali dalle quali, sotto il nome di Caciocavallo, veniva esportato sfruttando i già attivati canali commerciali, nei paesi a forte concentrazione di emigrati (tabella 7).
Anche se la stragrande maggioranza dei formaggi a pasta filata esportati era rappresentata da provolone, le stesse statistiche del commercio estero italiane lo riportano dal 1907 sotto la voce collettiva di Caciocavallo (tabella 12).
A sostegno delle precedenti affermazioni si riportano le quotazioni sistematiche e continue, realizzate su base mensile e trimestrale, attuate dalle Camere di Commercio dell'Industria, dell'Artigianato e dell'Agricoltura e delle città di Cremona e di Piacenza. Le rilevazioni di tali quotazioni disponibili sono datate rispettivamente 1913 e 1925. Nelle tabelle 13 e 14 oltre alla quotazione sono state riportate la storia delle denominazioni merceologiche che anche in questa occasione denota la ripetuta confusione creatasi casualmente o meno tra Provolone e Caciocavallo.

Quotazioni attuali

Oggi il "Provolone" è quotato dalle CCIAA, oltre che dalle province dell'area Padana, di Roma e di Pescara; da nostra diretta indagine risulta che questa quotazione è solamente di tipo commerciale in quanto viene applicata a prodotto di provenienza non locale.
Sempre a suffragio della tesi sopra esposta viene inserita il risultato di un'indagine svolta nel 1985 presso le CCIAA italiane, dalla quale è risultato che il latte destinato alla trasformazione a Provolone - nella globalità geografica di Centro, Sud, Isole - era pari a circa il 2% del totale. Crediamo però più interessante porre in evidenza la comunicazione di due CCIAA più esattamente di Sassari e di Salerno:
- nella prima si precisa che in linea di massima non producono detto tipo di formaggio; solo alcune lo producono saltuariamente e in quantità marginale.
- alcune aziende del settore producono un formaggio similare, non riconsociuto a D.O.C., che normalmente sul mercato viene denominato " Caciocavallo".


ITALIA
PIEMONTE
LOMBARDIA
VENETO
TRENTINO-ALTO ADIGE
FRIULI-VENEZIA GIULIA
LIGURIA
EMILIA-ROMAGNA
TOSCANA
UMBRIA
MARCHE
LAZIO
ABRUZZI
MOLISE
CAMPANIA
PUGLIA
BASILICATA
CALABRIA
SICILIA
SARDEGNA
CORSE
VALLE D'AOSTA
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
SAN MARINO
LIGURIAN SEA
TYRRHENIAN SEA
ADRIATIC SEA
GULF OF VENICE
SICILIAN CHANNEL
Roma
Milano
Genova
Torino
Venezia
Napoli
Palermo
Bologna
Firenze
Trieste
Bari
Catania
Messina
Cagliari
Sassari
Nuoro
Trento
Bolzano
Perugia
Ancona
L'Aquila
Potenza
Catanzaro
Reggio di Calabria
Siracusa
Ragusa
Agrigento
Caltanissetta
Enna
Trapani
Monaco
Nice
Marseille
Toulon
Ajaccio
Bastia
Salzburg
Steiermark
Kärnten
Slovenija

PROVOLONE VALPADANA



PROVOLONE VALPADANA



DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI 9 aprile 1993.

Riconoscimento della denominazione di origine del formaggio «Provolone Valpadana».

IL PRESIDENTE
DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI

Vista la legge 10 aprile 1954, n. 125, concernente la tutela delle denominazioni di origine e tipiche dei formaggi;

Vista la legge 5 gennaio 1955, n. 5, recante modificazioni agli articoli 3 e 14 della suddetta legge n. 125;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 5 agosto 1955, n. 667, concernente norme regolamentari per l'esecuzione della citata legge n. 125;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 30 ottobre 1955, n. 1269, con il quale è stata riconosciuta la denominazione tipica del formaggio «Provolone»;

Vista la domanda presentata dal Consorzio del formaggio tipico «Provolone» tendente ad ottenere ai sensi dell'art. 3 della citata legge 10 aprile 1954, n. 125, il riconoscimento della denominazione di origine del formaggio «Provolone Valpadana»;

Visto l'art. 2 della legge 12 gennaio 1992;

Visto il parere favorevole del Comitato nazionale per la tutela delle denominazioni di origine e tipiche dei formaggi, costituito ai sensi dell'art. 4 della richiamata legge n. 125, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 18 del 23 gennaio 1990;

Esaminate le istanze e controdeduzioni avverso il predetto parere del Comitato tutela formaggi che ha riesaminato in una successiva riunione la specifica materia integrando l'avviso di cui al comma precedente;

Ritenuto di accogliere selettivamente le suddette istanze e controdeduzioni anche alla luce della posizione evidenziata dal Comitato nazionale tutela formaggi, per quanto concerne il disciplinare di produzione del formaggio «Provolone Valpadana», con particolare riguardo alla delimitazione territoriale;

Considerato che tale formaggio, già riconosciuto a denominazione tipica ai sensi del citato decreto del Presidente della Repubblica 30 ottobre 1955, n. 1269, è un prodotto le cui caratteristiche organolettiche e merceologiche derivano prevalentemente dalle condizioni ambientali e dai metodi tradizionali di preparazione esistenti nella zona di produzione;

Ritenuto per i motivi esposti di accogliere la domanda intesa ad ottenere il riconoscimento della denominazione di origine, in quanto rispondente alle caratteristiche e ai requisiti previsti dalla normativa in materia;

Viste le risultanze della apposita conferenza dei Servizi indetta ai sensi della legge 7 agosto 1990, n. 241;

Su proposta del Ministro dell'agricoltura e delle foreste di concerto con il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato;

Decreta:

Art. 1.

1. È riconosciuta la denominazione di origine «Provolone Valpadana» al formaggio prodotto nell'area geografica di cui all'articolo 2 ed avente i requisiti fissati agli articoli 3 e 4, nel contempo sono abrogate le disposizioni relative al riconoscimento della denominazione tipica «Provolone», di cui al decreto del Presidente della Repubblica 30 ottobre 1955, n. 1269.

Art. 2.

1. La zona di provenienza del latte, di trasformazione e di elaborazione del formaggio «Provolone Valpadana» comprende il territorio amministrativo di seguito specificato:

Regione Lombardia:

l'intero territorio amministrativo delle province di Cremona e Brescia;

i comuni di Torre Pallavicina, Pumenengo, Calcio, Romano di Lombardia, Fontanella, Barbata, Antegnate, Martinengo, Covo, Calcinate, Bolgare, Telgate, Cividate al Piano, Mormico al Serio, Polosco, Carobbio degli Angeli, Chiuduno, Pagazzano e Calvenzano ricadenti nella provincia di Bergamo;

i comuni di Asola, Acquanegra sul Chiese, Casalmoro, Canneto sull'Oglio, Casalromano, Bozzolo, Rivarolo Mantovano e Roverbella ricadenti nella provincia di Mantova;

i comuni di San Rocco al Porto, Caselle Landi, Castelnuovo Bocca d'Adda, Guardamiglio, Santo Stefano Lodigiano, Corno Giovane, Corno Vecchio, Meleti, Maccastorna, Senna Lodigiana, Somaglia, Fombio, San Fiorano, Malco, Codogno, Cavacurta, Camairago, Castiglione d'Adda, Bertonico, Terranova dei Passerini, Casalpusterlengo, Ospedaletto Lodigiano, Orio Litta, Senna Lodigiana, Livraga, Brembio, Turano Lodigiano, Secugnago, Borghetto Lodigiano, Ossago Lodigiano, Villanova del Sillaro, Mairago, Cavenago d'Adda,

San Martino in Strada, Massalengo, Pieve Fissiraga, Conegliano Laudense, Lodi, Corte Palasio, Crespiatica, Abbadia Cerreto, Boffalora d'Adda (Lodigiano) ricadenti nella provincia di Milano.

Regione Veneto:

l'intero territorio amministrativo delle province di Verona, Vicenza, Rovigo e Padova.

Regione Emilia-Romagna:

l'intero territorio amministrativo della provincia di Piacenza.

Provincia autonoma di Trento:

i comuni di Ala, Avio, Besanello, Brentonico, Bieggio Superiore ed Inferiore, Calliano, Folgaria, Isera, Lomaso, Mori, Ronzo Chienis, Rovereto, Trambileno, Vallarsa, Volano, Arco, Dro, Molina di Ledro, Nago, Riva del Garda, Terragnolo, Pomarolo, Villalagarina, Aldeno, Trento, Cimone, Garnica, Terlago, Vezzano, Padergnone, Calavino, Lasino, Cavedine, Drena, Tenno, Fiavè, Grigno, Cinte Tesino, Castello Tesino, Pieve Tesino, Ospedaletto, Ivano Fracena, Strigno, Samone, Bieno, Spera, Scurelle, Carzano, Villagnedo, Castelnuovo, Telve, Telve di Sopra, Torcegno, Ronchi, Borgo, Roncegno, Novaledo, Levico, Vignola Falesina, Frassilongo, Fierozzo, Palù del Fersina, S. Orsola, Bedollo, Baselga di Pinè, Fornace, Civezzano, Pergine, Tenna, Bosentino, Vigolo Vattaro, Vattaro, Calceranica, Caldonazzo, Centa, Lavarone, Luserna.

Art. 3.

1. La denominazione di origine «Provolone Valpadana» è riservata al formaggio semiduro a pasta filata prodotto con latte di vacca intero ad acidità naturale di fermentazione, proveniente da vacche allevate esclusivamente nella zona di produzione di cui all'art. 2, ottenuto nel rispetto del processo tecnologico e rispondente allo standard produttivo di seguito elencati:

coagulazione ottenuta con caglio di vitello lattante ovvero di capretto e di agnello, quest'ultimi utilizzati da soli o congiuntamente;

filatura della pasta nel rispetto degli usi leali e costanti effettuata dopo fermentazione naturale lattica in modo continuativo esclusivamente su coagulo ottenuto nello stesso caseificio nel quale è avvenuta la lavorazione del latte;

modellatura effettuata manualmente o con l'ausilio di appositi stampi; successivamente la pasta deve essere sottoposta alla salatura in salamoia per un periodo di tempo variante da 12 ore fino a 25 giorni in relazione al peso della forma;

stagionatura effettuata secondo l'uso tradizionale, appendendo le forme in ambienti idonei per temperatura ed umidità. Il periodo minimo è di 30 giorni. Il prodotto può essere affumicato;

forma: a salame, a melone, tronco-conica, a pera anche sormontata da testolina sferica (fiaschetta); la superficie esterna può presentare leggere insenature determinate dal passaggio delle corde di sostegno;

peso: da 0,500 kg a 100 kg; più specificatamente da 0,500 kg a 6 kg per il formaggio destinato al consumo dopo una stagionatura di breve periodo; da oltre 6 kg a 100 kg per il formaggio destinato al consumo dopo una stagionatura in genere superiore ai tre mesi;

crosta: liscia, sottile, lucida, di colore giallo dorato, talvolta giallo bruno;

pasta: compatta, può presentare una leggera e rada occhiatura ed è tollerata una leggera sfogliatura; colore leggermente paglierino;

sapore: delicato fino alla stagionatura di tre mesi, pronunciato verso il piccante a stagionatura più avanzata o quando si sia fatto uso di caglio di capretto o agnello, utilizzati da soli o congiuntamente;

grasso sulla sostanza secca: 44%.

Art. 4.

1. Il formaggio a denominazione di origine «Provolone Valpadana» deve recare apposto all'atto della sua immissione al consumo il contrassegno di cui all'allegato *A*, che costituisce parte integrante del presente decreto, nel quale risultano individuati la provenienza geografica e gli estremi della decretazione con cui si è riconosciuta la denominazione stessa, a garanzia della rispondenza alle specifiche prescrizioni normative.

Il presente decreto sarà pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

Roma, 9 aprile 1993

Il Presidente del Consiglio dei Ministri
AMATO

Il Ministro dell'agricoltura e delle foreste
DIANA

Il Ministro dell'industria del commercio e dell'artigianato
GUARINO

ALLEGATO A



93A4654