

È boom per il latte crudo alla spina

Dal 2003 a oggi siamo arrivati a 750 distributori di latte crudo self-service in 66 province italiane. Piacciono ai consumatori, che così risparmiano e nel contempo possono «dosare» un latte ricco di sostanze nutritive; piacciono ai produttori, che con la vendita diretta hanno maggiori margini di guadagno. Buone le prospettive di crescita



NICOLÒ REGAZZONI

Questa storia ha mosso i suoi primi passi nel paesino di Morterone, in provincia di Lecco, il più piccolo comune d'Italia. I 33 abitanti che occupano le dodici case sparse attorno alla chiesa, con i tetti spioventi e le finestre che sembrano feritoie, sono visuti a lungo vendendo latte bovino ai caseifici e alle latterie del fondovalle, ma negli ultimi anni la loro attività ha incontrato ostacoli sempre maggiori, accentuati dalla crescente concentrazione sul fronte della produzione e della distribuzione lattiero-casearia (i primi cinque gruppi distributivi italiani detengono ormai una quota del mercato del latte fresco superiore al 70% a valore) e dalla concorrenza degli allevatori stranieri (nel nostro Paese il 58% circa del latte che consumiamo viene importato). «Le piccole aziende zootecniche – racconta Giuseppe Invernizzi, direttore dell'Associazione provinciale allevatori (Apa) di Como – operano al di fuori delle logiche della globalizzazione, e il loro futuro è compromesso sia dalle attuali dinamiche di mercato, che tendono a far aumentare il divario tra il prezzo del latte pagato all'agricoltore e quello raggiunto al consumo, sia dalla progressiva scomparsa dei contributi comunitari. Ci siamo chiesti più volte come i piccoli allevatori potessero rea-

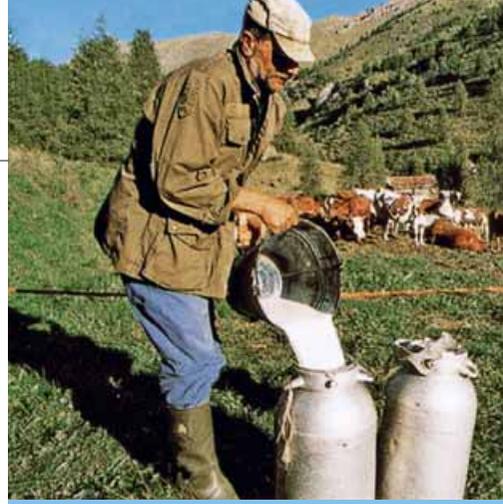
gire a questa situazione e la soluzione ha cominciato a prendere forma grazie a un collega che, al ritorno dalle vacanze estive, ci ha raccontato di avere visto in Austria dei distributori automatici di latte crudo self-service». Era il 2003, e nel giro di cinque anni questo canale di vendita ha cominciato a diffondersi velocemente in tutta Italia, raggiungendo i 750 distributori di latte self-service in 66 province (per dati aggiornati consultare il sito Internet www.milkmaps.com).



La mappa dei distributori di latte self-service in Italia su www.milkmaps.com

PERCHÉ BERE LATTE CRUDO

Ad avere svolto un ruolo determinante per lo sviluppo dei distributori di latte crudo è stato il recente adeguamento delle normative italiane al regolamento Ce n. 853/2004, che prevede la «commercializzazione di latte crudo per il consumo umano diretto, immediatamente dopo la mungitura e senza aver subito alcun trattamento termico, salvo la refrigerazione a una temperatura compresa tra 0 e 4°C». Prima del 2004 in Italia la commercializzazione di latte crudo era infatti vietata dalla legge, tranne che in caso di vendita diretta all'interno delle aziende di produzione, dal produttore al consumatore. Un secondo fattore che ha indubbiamente facilitato il successo di questo canale di vendita è costituito dalle peculiari caratteristiche qualitative e organolettiche del latte crudo, che contiene una maggiore quan-



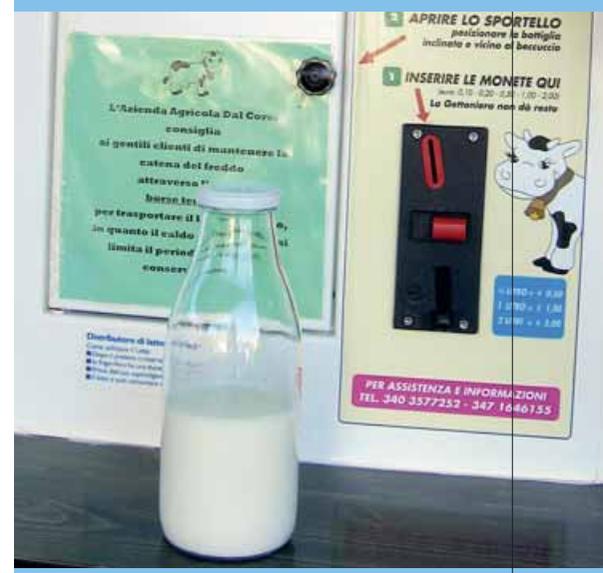
Il ciclo di commercializzazione, dalla montagna al distributore: infilando una moneta si può riempire la bottiglia con la quantità di latte crudo desiderata



tà di proteine e vitamine rispetto al latte pastorizzato. «Non avendo subito il processo termico della pastorizzazione – sottolinea Invernizzi – il latte crudo è da considerarsi un alimento vivo, con fermenti lattici che rafforzano le difese immunitarie e riordinano la flora batterica intestinale. Possiede inoltre una maggiore percentuale di grasso non omogeneizzato, che lo rende particolarmente saporito». Da non dimenticare infine che la diffusione dei distributori di latte crudo soddisfa una delle esigenze più avvertite dai consumatori moderni: il desiderio di instaurare un rapporto diretto con i produttori, per attribuire un significato più profondo al momento del consumo.

COME FUNZIONA LA «CATENA» DELLA CONVENIENZA

Un ruolo fondamentale lo ha giocato anche il fattore prezzo: secondo una recente ricerca svolta dal Laboratorio di studi rurali Sismondi di Pisa, infatti, se il consumatore utilizza il proprio contenitore per la raccolta del latte, il differenziale tra il prezzo del crudo e quello del «fresco» acquistato nella distribuzione moderna (standard e/o Alta Qualità e/o biologico) può arrivare anche al 50%. Ulteriore vantaggio: la quantità di latte è personalizzabile. Se 1 litro di latte costa 1 euro si può scegliere, ad esempio, di comprarne mezzo litro a 50 centesimi o 20 cc con 20 centesimi (dipende da quante monete si inseriscono nel distributore). Agli allevatori, invece, la vendita diretta consente non solo di ottenere maggiori margini di guadagno, ma anche di dare più visibilità al loro nome e valorizzare l'identità di una figura professionale che sta vivendo un momento di difficoltà: negli ultimi



anni il numero delle aziende zootecniche italiane si è infatti ridotto del 40%. Dalla provincia di Lecco, dove nel 2004 ha cominciato a funzionare un piccolo erogatore da banco di latte crudo ubicato presso un'azienda agricola di Morterone, il fenomeno ha ormai raggiunto anche le regioni del Centro-sud, Sicilia compresa. Insomma, ci troviamo di fronte a un canale di vendita in piena evoluzione, che

continua ad avere come principale presupposto quello di incrementare il margine di contribuzione degli allevatori, ma che allo stesso tempo cerca anche di offrire un servizio sempre migliore ai consumatori. Per l'allevatore il vantaggio economico deriva dal fatto di poter vendere il proprio latte senza doverlo pastorizzare, e soprattutto senza dover passare da imbottigliatori e distributori: così facendo

può incassare dall'oggi al domani l'intero prezzo di vendita, invece del 25% che in media viene pagato a 60 giorni da caseifici e latterie, e tutto questo a fronte di investimenti piuttosto limitati. «I distributori self-service – spiega Giuseppe Invernizzi – hanno prezzi variabili tra i 5.000 e i 40.000 euro, e vengono ormai prodotti da diverse aziende italiane».

BUONO A SAPERSI

La formula di vendita più tradizionale prevede che il distributore eroghi latte crudo sfuso, che il consumatore può acquistare al bicchiere o al litro, riempiendo proprie bottiglie di plastica o di vetro. Questa soluzione offre i più evidenti risparmi sia per gli allevatori che per i consumatori, ma allo stesso tempo solleva alcune possibili critiche d'ordine igienico-sanitario: l'ugello erogatore, infatti, potrebbe non essere sempre perfettamente pulito, e lo stesso vale anche per i recipienti utilizzati dai consumatori per portare a casa il latte. Quest'ultimo punto viene affrontato comunicando al pubblico le corrette norme igieniche da seguire in fase d'acquisto e di consumo, mentre il primo problema è stato ormai risolto costruendo ugelli antigoccia e antischiuma che non possono essere toccati dall'esterno, e che vengono sterilizzati con vapore bollente dopo ogni utilizzo. Normalmente i distributori di latte sfuso sono posizionati dentro agli spacci aziendali oppure su suolo pubblico,



Un distributore di latte crudo: sulla sinistra, le bottiglie vuote, disponibili in plastica e in vetro

nelle piazze dei paesi limitrofi e in alcuni casi anche nelle gallerie dei centri commerciali: si tratta quasi sempre di luoghi di transito, facilmente raggiungibili quotidianamente dai camion degli allevatori, tutti dotati di celle refrigeranti. Di solito i distributori di sfuso contengono bidoni di capacità pari a 100 litri, e sono collegati per via telematica con l'azienda, in modo da poter segnalare in tempo reale eventuali guasti, l'esaurimento di prodotto o variazioni di temperatura; in caso di mancanza di corrente, che garantisce la corretta conservazione del latte al di sotto dei 4 °C, la macchina si blocca. Prima di rifornire di latte crudo il distributore self-service, infine, l'allevatore ritira l'eventuale quantità invenduta dal giorno precedente, che utilizza successivamente per produrre ricotta e altri formaggi. Il cliente deve solo pagare l'importo richiesto, aprire uno sportello, posizionare il recipiente e premere il pulsante di erogazione.

LE OPPORTUNITÀ DELLE «VENDING MACHINE»

Nei prossimi anni il successo di questa particolare modalità di vendita dipenderà in gran parte dall'abilità dei coltivatori nell'individuare i luoghi più adatti dove collocare i distributori: interessante a questo proposito l'esperienza dell'azienda agricola laziale Biolà (vedi articolo pubblicato su *Origine* di luglio-agosto 2007), che da alcuni mesi ha cominciato a vendere

latte biologico crudo sfuso in vari quartieri di Roma, utilizzando una macchina self-service montata su un camioncino. Accanto ai tradizionali distributori di sfuso, infine, faranno sempre più la loro comparsa anche tradizionali macchine self-service in grado di vendere prodotti confezionati. Il latte crudo, in altre parole, comincerà a essere venduto sempre più frequentemente anche in bottiglie di plastica

o di vetro, e la gamma di prodotti offerti tenderà ad aumentare, fino a includere il latte pastorizzato, lo yogurt e alcune tipologie di formaggi freschi. Così facendo gli allevatori cercheranno di sfruttare la congiuntura particolarmente felice che sta vivendo il settore delle cosiddette «vending machine»: secondo quanto afferma una recente ricerca Nielsen, infatti, 1 italiano su 2 ha dichiarato di aver usato un distributore automatico nell'arco di un anno, e 1 su 5 più volte alla settimana.

La prevista evoluzione delle modalità di distribuzione del latte crudo a self-service rischia tuttavia di aumentare i costi di gestione degli allevatori e, dunque, prezzi di vendita al consumo. Una delle prime aziende zootecniche italiane ad avere intrapreso questa strada è l'azienda agricola Saletti di Remedello (Brescia), che ha recentemente installato, nei mezzanini di altrettante stazioni della metropolitana milanese, 11 distributori di latte imbottigliato crudo e pastorizzato, oltre che di vasetti di yogurt muniti di cucchiaino. «Abbiamo iniziato nel 2006 inaugurando un nostro spaccio aziendale – racconta il titolare Alessandro Saletti – e l'acquisto dei primi distributori automatici di sfuso è seguito a breve. Abbiamo poi installato macchine self-service per la vendita di latte in bottiglia anche a Brescia e a Verona, e stiamo valutando con grande attenzione il futuro ampliamento della rete».

Nicolò Regazzoni