

Conversazione tenuta dal Prof. Michele Corti il 31.08.01 presso l' agriturismo
"Il Roveto" - Terra Nostra- Tresivio (Sondrio)*

Allevamento caprino e agriturismo

Il rilancio dell'allevamento caprino e la diffusione del consumo di prodotti a base di latte e carni ottenute da questa specie rappresentano ormai fatti abbastanza consolidati. Può essere utile, però, cercare di approfondire i motivi di questo "ritorno" allo scopo di valutare quali siano le potenzialità ancora aperte in questo settore e in quale modo le risorse locali possano essere meglio valorizzate per sfruttare queste opportunità.

A questo proposito è bene sottolineare come in provincia di Sondrio, sia sul piano dell'allevamento caprino, che su quello dell'agriturismo, nonostante i passi avanti compiuti, ci sia ancora moltissima strada da compiere.

Il numero delle aziende agrituristiche presenti in Valtellina e Valchiavenna è ancora molto ridotto se confrontato con quello di altre aree lombarde. D'altra parte anche quelle importanti risorse dell'agricoltura provinciale costituite dalle razze caprine autoctone conosciute ed apprezzate anche in altre regioni (Valgeröla, Frisa e Alpina "nostrana") e da una serie di prodotti tipici ottenuti con il latte e le carni caprine, non solo non sono state ancora adeguatamente valorizzate, ma attendono ancora, almeno in parte, anche un'esauriente descrizione.

A mio avviso questi due elementi: l'agriturismo da una parte e le risorse della tradizione di allevamento locale dall'altra, hanno bisogno l'uno dell'altro per svilupparsi. Il perché non è difficile da comprendere.

L'agriturismo ha uno dei suoi punti di forza nel legame con quelle attività agricole e di trasformazione tradizionali a carattere artigianale che sono messe "fuori mercato" nel quadro di una commercializzazione di massa e i cui prodotti il consumatore difficilmente può reperire nelle strutture distributive o gustare nella ristorazione tradizionale.

L'azienda agrituristica, grazie ad un orientamento non troppo specializzato ed ad una scala di produzione contenuta, può realizzare nel proprio ambito e nel rispetto delle modalità tradizionali di produzione, diverse coltivazioni, allevamenti, trasformazioni alimentari o può comunque ottenere facilmente prodotti di qualità legati alla tradizione rurale dalle aziende del territorio.

Non è comunque solo la materia prima, per quanto genuina, che conta. L'agriturismo ha infatti la possibilità, di far conoscere e apprezzare i prodotti tipici **anche e soprattutto per il loro essere espressione delle caratteristiche ecologiche del territorio e della sua cultura, memoria storica e tradizione.** Ciò risulta possibile attraverso la stessa attività di ristorazione, ma anche il contatto diretto con i frequentatori delle strutture agrituristiche e i servizi che esso gestisce: i corsi, le de-

gustazioni guidate, e varie altre iniziative. Questo “valore aggiunto” è parte integrante della qualità dei prodotti tipici, ma è un valore troppo spesso potenziale che si realizza solo se il consumatore è messo nella condizione di conoscere ed apprezzare gli elementi che lo costituiscono.

La funzione di un circuito agrituristico territoriale diviene a questo punto fondamentale come sbocco e, possibilmente, come volano promozionale per le produzioni tipiche (nel senso di tradizionale e artigianale). Di ciò non c'è ancora abbastanza consapevolezza. Si continua, infatti, a considerare l'agriturismo una forma di “integrazione”, un'occasione in più e non una risorsa strategica per l'agricoltura di montagna. A costo di passare per “cassandre” bisogna infatti richiamare l'attenzione sul fatto che, in montagna, gli spazi per una crescita aziendale di tipo quantitativo o produttivistico sono ormai esauriti. L'aumento delle rese unitarie (quintali per capo allevato per lattazione) e delle dimensioni degli allevamenti si scontrano contro forti vincoli di ordine soprattutto ecologico. A livello aziendale, pertanto, l'economicità di molte realtà richiederà di cercare nuove strade rispetto a quelle ormai fin troppo battute dell'intensificazione e della specializzazione produttiva. Come da tempo si va ripetendo le soluzioni sono rappresentate dalla “multifunzionalità”, dalla diversificazione produttiva, dal recupero e dalla valorizzazione delle specifiche risorse e tradizioni del territorio, recuperando anche quel tessuto di piccole aziende che sono sopravvissute fino ad oggi.

In campo zootecnico tra le “nuove strade” figura proprio l'allevamento caprino. Esso rappresenta un esempio molto efficace del ribaltamento di valori che è avvenuto e sta avvenendo nella nostra società “postindustriale” (torneremo più avanti su questo punto).

Vittima di pregiudizi quasi sempre ingiustificati (“distrugge i boschi”, “il latte di capra è salato e non è igienico”) la capra ha “pagato” il prezzo di un profondo legame con l'esperienza storica delle comunità rurali. La “guerra” alle capre “distruttrici di boschi” ha rappresentato nel XIX un pretesto per l'espropriazione dei beni collettivi delle comunità alpine. Più di recente, la capra è stata penalizzata in quanto associata al ricordo di una vita contadina fatta di fatiche, sacrifici e privazioni. Il rifiuto o quantomeno la diffidenza nei confronti dei prodotti di capra e la scarsa considerazione per il suo allevamento, diffusi anche nel mondo agricolo e allevatorio, sono il risultato dell'equivalenza nell'immaginario collettivo tra la capra e un mondo “arcaico” e di miseria. Questo atteggiamento non ha consentito fino ad oggi di valutare in modo oggettivo le potenzialità dell'allevamento caprino, i suoi aspetti di forza e di debolezza, e ha limitato e ritardato considerevolmente la sua affermazione. Vi è anche da osservare che l'affermazione di un sistema di allevamento “brado”, giustificato spesso solo dall'erogazione di contributi Cee e ben lontano dai sistemi tradizionali del passato o da un sistema estensivo razionale, in grado di valorizzare le risorse del territorio, ha contribuito al persistere di una scarsa considerazione per il settore delle produzioni caprine.

Considerata da molti la “vacca del povero” la capra ha scontato un pesante pregiudizio culturale ed è stata dimenticata (o meglio rinnegata) anche da molti che sono largamente in debito con questo animale essendo stati nutriti da piccoli con il suo

latte. Uno dei risvolti negativi di un certa cultura antirurale diffusa in Italia è consistito proprio nel fatto che i contadini stessi abbiano cercato di negare la propria identità e di dimenticarla appena possibile. In questo modo molti costumi, tradizioni, risorse, legate alla cultura contadina sono andate perse per sempre. Oggi le cose sono cambiate, ma per certi versi questo “recupero” è avvenuto, purtroppo, troppo tardi. Si è cambiato a tutti i costi il modo di vestire, parlare, costruire, abitare, anche quando il mantenimento di un legame con la tradizione non avrebbe comportato la rinuncia alle comodità moderne e avrebbe consentito di non cancellare il passato e di mantenere il necessario legame con le proprie radici, in assenza delle quali le campagne e le montagne hanno rischiato di diventare delle specie di anonima periferia urbane.

Di fatto, tornando alla capra, ci si è dimenticati che in molte valli e in molti villaggi alpini la sopravvivenza delle generazioni passate era resa possibile solo grazie a questo animale, in grado di trasformare in nutrimento per l'uomo tutto quanto di vegetale cresce su sponde e dirupi.

Confrontatesi per secoli e millenni con il problema di ricavare mezzi di sostentamento per tutto l'anno in condizioni ambientali difficili, le comunità alpine del passato hanno imparato a utilizzare il latte, la carne, la pelle, il pelo degli animali domestici in svariati modi e hanno sviluppato molte soluzioni per il problema della conservazione di prodotti, la cui disponibilità era legata al ciclo delle stagioni. Basandosi solo sulle risorse locali e sulla ricchezza di un sapere sedimentatosi, selezionatosi e affinatosi nei secoli, le popolazioni valligiane hanno sviluppato tecniche di conservazione alimentare e di preparazione culinaria molto varie, che si traducono in sapori spesso inediti per i palati abituati ai cibi asettici di oggi, risultato della standardizzazione industriale e di una cultura iper-igienista che finisce per isolare l'uomo in una campana di vetro.

Gli aromi legati all'erba e alle foglie di pascolo, alla flora microbica “spontanea” (autoselezione in particolari ambienti di lavorazione e conservazione dei prodotti), alle erbe utilizzate nelle preparazioni delle carni conservate, al profumo della legna usata per l'affumicatura, rappresentano tanti aspetti difficilmente imitabili dalle tecniche asettiche imposte dalla logica industriale (che trova poi riscontro nelle normative “igienico-sanitarie”).

Numerosi prodotti sono legati alla capra e alla tradizione di allevamento alpino. Abituato a conoscere solo il “capretto pasquale” (tenace anche se parziale sopravvivenza delle tradizioni alimentari dei nostri vecchi) il consumatore odierno non conosce la varietà dei prodotti carnei ottenibili dall'allevamento ovicaprino.

Le comunità rurali del passato più che gli agnelli e i capretti da latte consumavano carni di animali più maturi. Quando il latte caprino era un prodotto prezioso per la famiglia alpina e, in primavera, il gran numero di capretti nati nelle valli maggiormente “vocate”, rendeva scarsamente remunerativa la vendita del capretto, esso subiva lo stesso destino che oggi conoscono i vitelli delle razze da latte: la macellazione precoce a una-due settimane di vita. In compenso la carne di capretti già svezzati e di animali adulti di scarto era utilizzata ampiamente e in vari modi. In tutte le zone alpine era molto diffusa la tecnica della conservazione delle carni sa-

late ed essicate. In autunno gli animali di scarto, che avrebbero consumato inutilmente le preziose riserve di fieno, erano macellati dopo un “finissaggio” realizzato con il pascolo libero nei prati, nei boschi e nei castagneti, consentito dopo le raccolte. Bisogna tenere a mente che, spesso, le scorte invernali di foraggio conservato erano costituite, specie nel caso delle famiglie con poca o nessuna disponibilità di prato “segatizio”, da fieno “selvatico”, raccolto a mano coi falchetti in alta montagna o nei boschi con fatiche e pericoli oggi inimmaginabili. Le macellazioni erano pertanto concentrate nel periodo autunnale quando, sfruttando la diminuzione della temperatura stagionale e la disponibilità di locali di conservazione con particolari caratteristiche di umidità e temperatura, risultava possibile la conservazione delle carni per tutto l’inverno. Le cosce e le spalle erano utilizzate come tagli interi per la preparazione di prosciutti denominati “violini”. La paternità dei “violini” è rivendicata da diverse zone anche se la testimonianza poetica legata al Bertacchi pone un’ipoteca a favore di Chiavenna (quantomeno sul nome, se non sulla specialità in quanto tale). I “violini” erano prodotti anche in aree alpine come l’Ossola (Vb) dove, specie nella Val Vigezzo, vi è una radicata tradizione di allevamento caprino. Anche la colonna vertebrale (*filòon*), con i muscoli annessi, era conservata salata ed essicata rappresentando un’altra “specialità” della macelleria caprina. Molto importanti sono ancor’oggi i salamini di capra che sono ottenuti eliminando completamente il grasso e impastando il “magro” caprino con puro grasso suino. Il grasso di capra non si presta, infatti, alla conservazione. In passato questi salamini venivano insaccati nelle stesse budella di capra e erano quindi un diametro molto ridotto (“sigari”). La carne caprina salata, oltre che cruda, era consumata anche bollita. I piatti, molto gustosi, che si preparavano in questo modo erano accompagnati da patate e rape. Nel caso della carne ovina, che non presenta gli stessi problemi del grasso caprino (scarsa consistenza, suscettibilità all’irrancidimento, sviluppo di caratteristici odori “caprini”), è possibile anche la conservazione delle carni bollite, coperte dallo stesso grasso dell’animale, in recipienti di terracotta (*cuç*). Oggi, oltre alla riproposta di queste preparazioni, che risultano incontrare il gusto del consumatore moderno, stanco di gusti insipidi e poco caratterizzati, è possibile puntare anche sull’utilizzo di carni fresche (o congelate) di ovini e caprini maturi. La carne di pecora si presta ad essere bollita mentre nel caso della capra sono molto apprezzati i salmì e gli stufati. Per quanto riguarda l’utilizzo della carne di maschi interi (cioè non castrati) si devono osservare alcune regole: gli animali devono essere macellati lontano dal periodo riproduttivo (che nei caprini è tardo-estivo e autunnale) e nella manipolazione delle carcasse si deve prestare la massima attenzione onde evitare il contatto delle carni con il grasso sottocutaneo. Oltre a queste precauzioni può essere consigliabile la “marinatura” della carne. Al di là dell’utilizzo della carne di becco (di fatto legata all’autoconsumo) è interessante la valorizzazione del capretto da latte pesante (o caprettone leggero). Si prestano a questa produzione le razze autoctone alpine, soprattutto la Frisa, ma anche la Verzasca e l’Alpina comune (“nostrana”). I pregiudizi contro il consumo di capretti più pesanti di quelli normalmente richiesti dai macellatori sono smentiti dalle seguenti evidenze:

gli allevatori per il consumo personale prediligono capretti di 18-20 kg; un gruppo di allevatori di capre Verzaschesi ha avviato la fornitura di caprettoni leggeri ad una catena di ipermercati.

In un contesto legato alla valorizzazione dei prodotti caprini nell'ambito di aziende o circuiti agrituristici non deve meravigliare questo riferimento alla grande distribuzione organizzata (GDO).

Essa, infatti, se da una parte determina la massificazione dei consumi, dall'altra è in grado di soddisfare grazie ad un vastissimo assortimento di prodotti e ad un grande volume di vendita complessivo, anche le esigenze di fasce di consumatori particolari. E' noto che l'immigrazione extracomunitaria ha dato impulso al mercato delle carni ovi-caprine dato che molte delle popolazioni in questione le consumano a preferenza di quelle bovine o suine, anche per motivi religiosi. Il fatto che il caprettone (anche di età superiore a sei mesi) sia consumato in molti paesi in via di sviluppo da dove provengono numerosi immigrati, è indicativo della potenzialità di un mercato "segmentato", che può fornire buone opportunità di diversificazione produttiva per le aziende agricole, complementare rispetto a canali di commercializzazione diretti. Ai fini della produzione del caprettone leggero non risulta economicamente interessante l'utilizzo di altre razze ad attitudine più specializzata per il latte (Camosciata, Saanen) o di taglia e muscolosità più ridotte (Orobica, Bionda dell'Adamello).

In ogni caso il capretto pesante di produzione aziendale o locale (di 20 kg di peso vivo e anche più) trova una collocazione ideale nella ristorazione agrituristica che è nella condizione di valorizzare al meglio queste carni (così come quelle degli animali adulti). Essa, infatti, è in grado di acquisire una maggiore esperienza e "specializzazione" nella loro preparazione che richiede tempi e metodi di cottura e accorgimenti che la ristorazione tradizionale (con l'eccezione della fascia di eccellenza) non sempre è in grado di prestare. In più, nel contesto della ristorazione agrituristica, è estremamente più agevole la presentazione al cliente delle caratteristiche di queste carni grazie al fatto che, i frequentatore non occasionali, sono spesso disponibili a nuove esperienze gastronomiche, all'insegna della riscoperta dei piatti della tradizione rurale. Questa disponibilità è legata ad un atteggiamento di fiducia determinato a sua volta dalla conoscenza della realtà aziendale e quindi dell'origine dei prodotti e da un rapporto di tipo personale con il gestore.

Vale la pena aggiungere che, come spesso accade, tradizione ed esigenze "moderne" (specie di tipo dietetico) non sempre sono in antitesi. La carne caprina, dal punto di vista dietetico, si colloca come una delle carni migliori sotto il profilo della composizione acidica (ossia della qualità dietetica del grasso). Tra i ruminanti è senza dubbio quella meno grassa e con la maggior quota di acidi grassi poli-insaturi (considerati "buoni" dal punto di vista della prevenzione del rischio di patologie cardio-circolatorie). Quanto al sapore della carne caprina esso è ovviamente legato all'età e all'alimentazione come in tutti gli altri animali. Nel caso dell'allattamento naturale praticato negli allevamenti estensivi se la madre è alimentata con fieni locali di montagna, raccolti in buone condizioni e somministrati in adeguata quantità, la qualità del latte di cui si nutre il capretto non può non tradursi in una

qualità della carne superiore, (che meriterebbe anche di essere valorizzata attraverso marchi di qualità). Negli allevamenti dove per necessità organizzativa ed economica si pratica l'allattamento artificiale è raccomandabile un'accorta scelta degli alimenti sostitutivi del latte che allontanino sospetti e diffidenze del consumatore. Questo mi pare particolarmente importante nell'agriturismo che ha un suo punto di forza nell'aspettativa da parte del consumatore di somministrazione di prodotti genuini. Sia nell'alimentazione delle capre che dei capretti andrebbero esclusi quei prodotti "sospetti" dal punto di vista della manipolazione genetica o della presenza di residui chimici o biotossine, anche se ciò può comportare la formulazione di una razione meno "spinta" e quindi una minor resa produttiva.

Quanto al latte e ai formaggi è da tempo che le caratteristiche dei prodotti caprini hanno iniziato ad essere portate all'attenzione degli operatori del settore e del pubblico. Può valere la pena, però, ricordare come il consumo sia di latte che di formaggi caprini si stia espandendo. Latti caprini a lunga conservazione di origine estera (Olanda, Francia, Inghilterra) sono da qualche tempo sul nostro mercato e sono reperibili presso la GDO mentre qualche azienda anche in Italia sta tentando di sviluppare una rete di distribuzione di prodotto pastorizzato. Ritengo, però, che la produzione di latte alimentare sia più consona agli allevamenti posti all'interno dell'area metropolitana lombarda dal momento che i costi e le difficoltà organizzative della distribuzione rappresentano il vero problema di questa produzione. Quanto ai formaggi vi è una crescente presenza nell'assortimento di ormai tutte le catene di super e ipermercati anche se prevale il prodotto francese e, in minor misura, quello di altre regioni. In Valtellina l'azienda indirizzata alla produzione di latte caprino ha la possibilità di conferire il latte alla Latteria sociale "Valtellina" di Delebio, che da alcuni anni sta espandendo la produzione di latticini ottenuti con latte caprino commercializzandoli anche fuori della provincia. Ciò rappresenta un'interessante opportunità per molte aziende, ma nel caso dell'agriturismo, è ovvio che bisogna intraprendere la strada (non sempre facile) della trasformazione aziendale. Essa, infatti, non solo è in grado di qualificare l'attività dell'azienda, ma corrisponde alla giusta prescrizione normativa, che stabilisce che il valore del prodotto somministrato nella ristorazione agrituristica sia almeno per il 40% di origine aziendale. Una volta scelto di avviare l'attività di produzione di latticini caprini in connessione con quella agrituristica, restano tutta una serie di scelte cruciali da effettuare. Stà alla capacità e alla fantasia di chi gestisce l'allevamento, il caseificio aziendale, lo spaccio e la ristorazione agrituristica, individuare le tecniche di lavorazione ed i prodotti più idonei alle caratteristiche dell'azienda. Anche se particolarmente legata alla tecnologia di lavorazione "lattica", la trasformazione del latte caprino può essere effettuata secondo varie modalità, ottenendo vari prodotti: formaggi misti, ricotte e "mascherpini", formaggelle di puro latte caprino, stracchini (anche erborinati) ecc. Non dimentichiamo che oltre ai formaggi e alle ricotte con il latte di capra si possono preparare yogurt, burro e gelati e quindi dolci e dessert. Passione, professionalità (in stalla come in caseificio e in sala), cordialità e un po' di fantasia, capacità di interpretare la tradizione senza stravolgerla, rappresentano un elemento chiave nel successo dell'azienda agrituristica con allevamento caprino

e possono far sì che questo tipo di azienda possa confrontarsi, in termini di reddito e di soddisfazioni, con allevamenti di ben maggiori dimensioni e investimenti tecnologici.

Lo spazio per lo sviluppo di nuove iniziative agrituristiche e il potenziamento di quelle esistenti c'è. E' legato alla crescita continua del settore del turismo, delle attività culturali e ricreative che assorbe una fetta sempre maggiore del reddito, mentre la spesa per gli alimenti si è ridotta ad una frazione modesta dei consumi complessivi. Se il turismo (comprese le attività culturali, ricreative) è l'industria del futuro c'è anche da rilevare come, all'interno di questo settore, vi sia una forte domanda di forme di turismo "verde" che può essere evasa dal settore agricolo. Quest'ultimo ha grosse risorse, legate alle sue tradizioni e ai suoi valori, che lo mettono in grado di soddisfare questa domanda e ha -concretamente- la capacità (rappresentata da strutture e risorse umane) di offrire servizi di diverso tipo sul piano educativo, ricreativo, culturale. Basti pensare al rapido sviluppo delle iniziative didattiche promosse dalle scuole dell'obbligo ed incentrate sullo svolgimento di attività o visite presso le aziende agricole. La rarefazione delle aziende agricole e la crescita della richiesta di questi servizi fanno sì che in futuro per esse risulterà sempre più importante impegnarsi nella loro erogazione. Mentre le nuove generazioni appaiono fortemente attratte dall'esperienza rurale (che può svolgere la grande funzione educativa di "antidoto" al mondo virtuale in cui rischiano di essere immersi) gli anziani possono trarre nuovi stimoli dal contatto con una realtà rurale che avevano dimenticato ma che desiderano ritrovare ora che l'origine contadina può finalmente essere vissuta con orgoglio (e non con vergogna) a ragione dei radicali cambiamenti culturali verificatisi negli ultimi anni.

E'abbastanza evidente a questo punto che la domanda di agriturismo è non solo domanda generica di cibo "genuino" e di "contatto con la natura", ma corrisponde alla necessità per i giovani e gli anziani di riallacciare i fili con la cultura contadina e quindi i fili che legano le generazioni tra loro e al territorio. La cultura contadina è stata liquidata molto frettolosamente e con troppa supponenza non accorgendosi di come in essa siano presenti quegli elementi che consentono di mantenere rapporti non artificiosi tra uomo e uomo (all'interno di una comunità concretamente solidale) e tra l'uomo e la dimensione naturale. Il primo contatto con quest'ultima può e deve riallacciarsi partendo da ciò che è più prossimo, da quegli animali domestici che all'uomo sono stati vicini per migliaia di anni in una vera e propria simbiosi e che hanno segnato e consentito la sua evoluzione sociale culturale prima ancora che produttiva ed economica. Non dai leoni e dagli elefanti che quotidianamente il "naturalismo" televisivo somministra ai bambini e che li porta, come è recentemente avvenuto durante una visita di una scolaresca in un'azienda zootecnica, ad esclamare di fronte ad una bovina "guarda mamma, un elefante senza la proboscide!"

Come abbiamo visto ci sono però molti segni di una tendenza diversa e che lascia sperare. Non è un caso che propriola capra e l'asino, gli animali più vicini all'esperienza di vita contadina, classificati "umili" ed oggetto di pregiudizio e derisione, oggi siano tra i beniamini delle persone di città ed in particolare dei bambini che

attribuiscono loro una dote di “simpatia”. Ciò rappresenta un aspetto di un ribaltamento di valori che fa sì che ciò che sa di industriale e di cittadino viene spesso valutato negativamente mentre gli aggettivi “rurale”, “rustico”, “tradizionale” “contadino” sono oggi usati quasi sempre in senso positivo, di apprezzamento, di “nobilitazione”. Per avere una conferma basta sfogliare le riviste sofisticate di architettura, moda, gastronomia o, semplicemente prendere in esame il linguaggio della comunicazione pubblicitaria.

In conclusione la domanda di turismo “ecologico”, “verde” o “rurale” non nasce solo da esigenze di “moda”, ma da bisogni profondi della società attuale e c’è da aspettarsi che crescerà in modo costante e duraturo. Per gli operatori agrituristici si tratta di una considerazione incoraggiante che deve essere colta come uno stimolo ad affrontare con impegno un ruolo di grande rilevanza sociale.