



PIANO DI REGOLAZIONE DELL'OFFERTA DEL PECORINO ROMANO DOP

Assemblea dei Soci del 13 maggio 2015

INDICE

1) GLI ASPETTI NORMATIVI DI ATTUAZIONE DEL PIANO	Pag. 3
2) ANALISI DI MERCATO	Pag. 4
2.1) Il Contesto Internazionale del settore lattiero caseario	Pag. 4
2.2) Consumi in Europa e sviluppo economico	Pag. 7
2.3) Il mercato Nazionale	Pag. 8
2.4) Il mercato del Pecorino Romano DOP	Pag. 10
2.5) Il latte nella zona di produzione del Pecorino Romano DOP	Pag. 12
3) IL PIANO DI REGOLAZIONE DELL'OFFERTA DEL PECORINO ROMANO DOP	Pag. 14
3.1) Obiettivi	Pag. 14
3.2) Durata	Pag. 14
3.3) Punti di equilibrio di produzione	Pag. 14
3.4) Assegnazione delle indicazioni di produzione (quote)	Pag. 14
3.4.1) Clausola di salvaguardia	Pag. 16
3.4.1a) Vincoli nuovi produttori	Pag. 16
3.5) Contribuzione ordinaria	Pag. 16
3.6) Contribuzione differenziata aggiuntiva	Pag. 16
3.7) Legame tra piano di regolazione dell'offerta e valorizzazione qualitativa	Pag. 17
3.7.1 Valorizzazione qualitativa del prodotto- Piani di attuazione	
3.7.2 Valorizzazione qualitativa del prodotto- Contenuto in cloruro di sodio	Pag. 18
3.7.3 Valorizzazione qualitativa del prodotto- Lunga stagionatura	
3.7.4 Incentivi per nuovi mercati	
3.7.5 Deroga per i mercati tradizionali	
3.9) Monitoraggi e Verifiche	Pag. 18
4) OBBLIGHI DEI PRODUTTORI	Pag. 19
4.1 Obblighi dei produttori di latte	Pag. 19

1) LE NORME DI ATTUAZIONE DEL PIANO

Il regolamento CE 261/2012 ha introdotto la possibilità di regolazione dell'offerta produttiva per i formaggi a denominazione di origine protetta, al fine di creare equilibrio rispetto alla domanda. Il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, in base al regolamento comunitario, con Decreto Ministeriale n°15164 del 12.10.2012, ha emanato le "Linee guida per l'attuazione dei piani per la regolazione dell'offerta dei formaggi che beneficiano di una denominazione di origine protetta o di una indicazione geografica protetta."

Il Piano per il formaggio Pecorino Romano DOP contenuto in questo documento è redatto secondo le disposizioni del regolamento comunitario, al fine di allineare l'offerta produttiva all'effettiva domanda di mercato. Il Piano ha valore erga omnes, essendo stato sottoposto all'approvazione dell'Assemblea dei Soci in data 30 luglio 2014 e per la modifica intercorsa in data 13 maggio 2015.

Il valore erga omnes riguarda tutti i caseifici produttori, indipendentemente dal fatto che siano essi soci o meno del Consorzio, secondo le disposizioni contenute nella Legge 526/99, art. 15 e art.16.

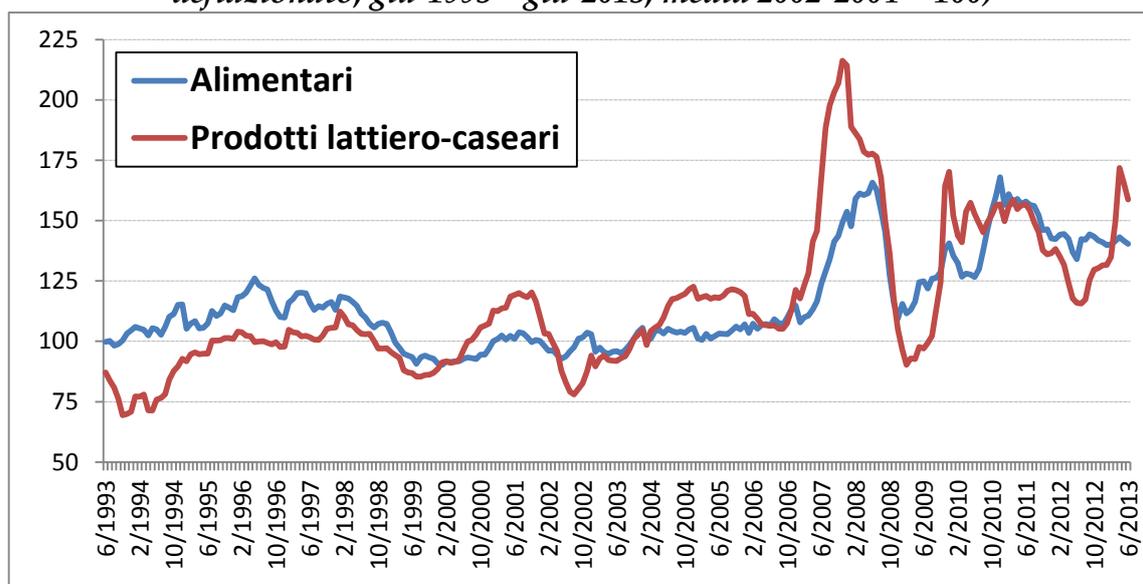
2) ANALISI DI MERCATO

2.1 Il contesto Internazionale del settore lattiero caseario

Nell'ultimo quinquennio, il settore lattiero-caseario internazionale ha conosciuto un periodo di notevoli turbolenze, dopo diversi anni di relativa tranquillità. La volatilità dei prezzi è aumentata in maniera significativa (figura 1) – mediamente oltre la volatilità media dei prodotti alimentari –, con il raggiungimento di livelli molto elevati tra la fine del 2007 e l'inizio del 2008 e un successivo repentino ripiegamento a livelli addirittura inferiori a quelli pre-boom all'inizio del 2009, per poi ricominciare a crescere nuovamente tra la seconda metà del 2009 e l'estate 2010. In tempi più recenti, i prezzi hanno continuato ad oscillare raggiungendo un nuovo punto di minimo ad aprile 2012 e ricominciando a salire nuovamente nei mesi successivi. Ad oggi, i prezzi si sono attestati su livelli sostenuti, pari approssimativamente al 60% in più rispetto a quelli medi riscontrati nel triennio 2002-04.

I principali istituti internazionali¹ di previsione si attendono, per il prossimo decennio, un livello dei prezzi dei prodotti lattiero-caseari analogo a quello attuale, con un tendenziale aumento della volatilità. La crescente domanda dei Paesi emergenti, unitamente a costi maggiori per le materie prime agricole e per l'energia, sosterranno tale nuova situazione. Tuttavia, è lecito attendersi ancora un'elevata variabilità dei prezzi, derivante sia dagli inevitabili aggiustamenti susseguenti a questo nuovo scenario, sia dalla profonda incertezza in cui versa ancora l'economia mondiale, in particolare nei Paesi industrializzati, dove si concentra e si concentrerà ancora per diversi anni la maggior parte dei consumi mondiali di latte e formaggi.

Figura 1 – Andamento dell'indice FAO dei prezzi dei prodotti alimentari e lattiero-caseari (indice deflazionato, giu-1993 – giu-2013, media 2002-2004 = 100)

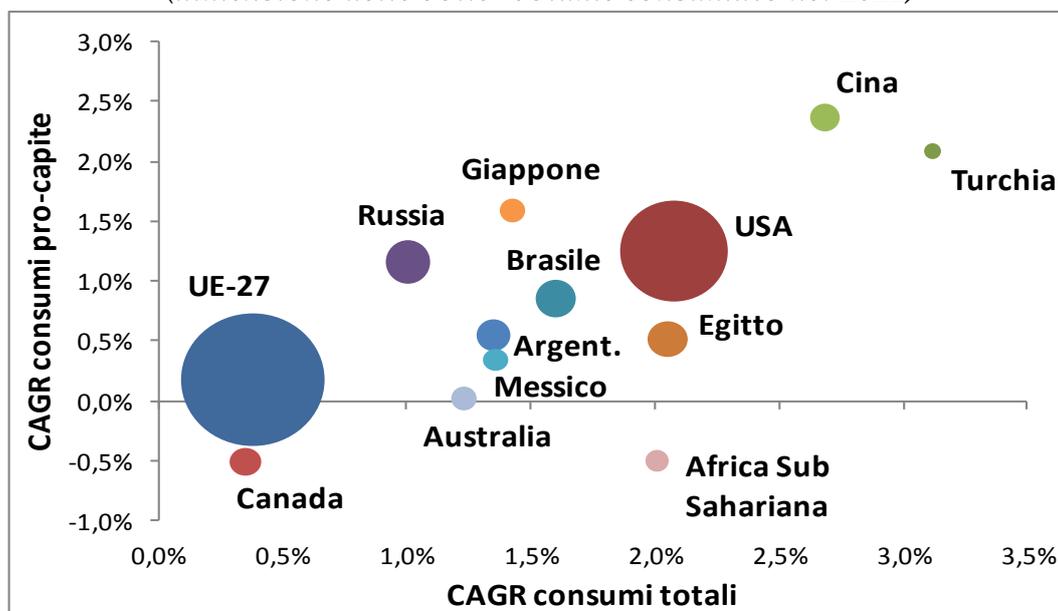


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati FAO.

¹ Oecd-Fao, Fapri.

L'incremento della domanda e dell'offerta di prodotti lattiero-caseari a livello globale riguarderà sia le economie sviluppate che i Paesi emergenti, anche se i tassi di crescita saranno di diversa entità. Analizzando, infatti, il trend dei consumi totali e pro-capite di formaggi in diversi Paesi (figura 2) nel prossimo decennio, è possibile comprendere in quali aree è lecito attendersi i maggiori incrementi. Da un lato appare evidente come i consumi annuali di formaggio, nei Paesi il cui mercato è tendenzialmente saturo (Unione Europea, Canada, Australia), aumenteranno in maniera limitata se non nulla, in termini complessivi e pro-capite. Questo rallentamento è legato senz'altro alla fase di stagnazione economica ma anche ad un cambiamento nelle abitudini alimentari della popolazione legato all'invecchiamento demografico e alla ricerca, da parte del consumatore, di prodotti meno ricchi di grassi. Dall'altro lato, le proiezioni sono nettamente più ottimistiche sia in Paesi con forte crescita economica (es. Cina, Turchia, Egitto, Brasile e Argentina) sia in Paesi sviluppati (USA e Giappone) ma nei quali, secondo le stime OECD-FAO, risulta esserci ancora spazio per una crescita delle vendite.

Figura 2 - Tasso di crescita annuale dei consumi totali e pro-capite di formaggio per Paese (dimensione delle bolle=volume consumato nel 2011)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati OECD-FAO Agricultural Outlook 2012 e Commissione UE (Prospects for Agricultural Markets and Income in the EU 2012-2020).

E' interessante sottolineare come i cambiamenti socio-economici che si stanno verificando nei Paesi in fase di rapida crescita economica uniti alla maggiore conoscenza e consumo di tali prodotti in mercati già sviluppati, tenderanno a modificare nel tempo la geografia globale dei consumi. Si stima, infatti, che il peso dell'Unione Europea nei consumi mondiali di formaggio scenda di oltre il 2,5% a favore principalmente di Stati Uniti, Cina, Egitto, Turchia.

Lo scenario che si prospetta nelle economie emergenti costituirà per certi versi una svolta epocale: centinaia di milioni di persone usciranno, gradualmente, dalla condizione di povertà, passando da regimi alimentari prevalentemente a base di vegetali a diete più ricche di proteine, con un ruolo crescente di carne e latticini. In questi mercati, sarà quindi determinante, soprattutto per i produttori europei, riuscire non solo ad esportare, ma anche

a comunicare la qualità dei propri prodotti a consumatori quasi completamente digiuni di latticini. Tipicamente, infatti, i primi prodotti lattieri caseari ad essere introdotti nella dieta sono quelli meno “elaborati” come latte liquido o condensato, bevande a base di latte e yogurt mentre l’acquisizione di un gusto per il formaggio richiede più tempo. Per riuscire quindi a far conoscere i formaggi in questi nuovi mercati sarà necessario investire in campagne sia promozionali che informative, in maniera tale che questi nuovi clienti maturino una propria consapevolezza e proprie abitudini specifiche in merito.

Passando ad una rapido esame dell’offerta globale di formaggi, appare chiaro come, alla luce dell’evoluzione delle dinamiche socio-economiche e del trend di crescita dei consumi, ci si possa analogamente attendere una crescita delle quantità prodotte anche in questo caso variabile di Paese in Paese (tabella 1). Se da un lato le economie emergenti tenderanno ad incrementare le quantità prodotte per venire incontro all’aumento della domanda interna, Paesi come Stati Uniti, Nuova Zelanda e Australia tenderanno a sviluppare ulteriormente la propria capacità produttiva per cogliere le opportunità all’export rappresentate dalla crescita dei consumi globali.

Tabella 1 - Previsioni sulla produzione di formaggio in alcuni paesi rappresentativi

	<i>(.000 ton, var. %)</i>			
	2011	2016	2021	var. 2021/2011
Paesi sviluppati				
UE-28	8.794	9.238	9.589	9,0%
USA	4.793	5.354	6.043	26,1%
Nuova Zelanda	306	380	419	36,9%
Canada	380	385	395	4,1%
Australia	338	372	392	15,9%
Paesi emergenti				
Brasile	675	735	802	18,8%
Egitto	611	670	742	21,5%
Argentina	523	593	638	22,1%
Russia	436	461	479	9,8%
Iran	310	384	437	41,0%
Cina	305	346	373	22,4%
Ucraina	221	249	292	32,0%
Africa Sub Sahariana	218	225	235	8,1%
Turchia	164	178	178	8,6%
Mondo	20.196	21.944	23.658	17,1%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati OECD-FAO Agricultural Projections 2012.

Attualmente, i produttori dell’emisfero australe (in particolare Nuova Zelanda, Australia, Argentina) appaiono mediamente più competitivi e più export-oriented; non a caso il crollo dei prezzi del 2009 è stato provocato in buona parte da un deciso incremento della loro offerta a fronte di una stagnazione nella domanda dei paesi emergenti dovuta alla crisi economica.

2.2 Consumi in Europa e sviluppo economico

Nel corso del 2014 l'economia mondiale, pur accelerando, è cresciuta a ritmi moderati, frenata in particolare dalla stagnazione in Europa e dal rallentamento nelle economie emergenti. In particolare, le incertezze sugli sviluppi della crisi dei debiti sovrani nei Paesi dell'Eurozona e sulla politica di bilancio statunitense continuano a condizionare le prospettive di crescita anche per i mesi a venire. In base alle più recenti proiezioni del Fondo Monetario Internazionale², nel 2014 la crescita mondiale si è attestata al +3,3%, mentre la proiezione per la crescita globale nel 2015 è prevista pari a +3,8%. Per l'area Euro la crescita è oggi stimata in media all' 1,7 % nel 2015. La ripresa economica nell'Unione Europea e nell'area dell'euro ha mancato lo slancio nel 2014, con un PIL annuale dell'1,4%. Economia europea che, secondo recenti stime della Commissione³, riprenderà il suo percorso di crescita solamente negli ultimi mesi del 2015 con previsioni di crescita dell'1,7% e del 2,1% per l'anno 2016. Difficilmente, nel breve periodo, la recessione favorirà una ripresa dei consumi alimentari e di formaggio in particolare, visto che negli ultimi anni non hanno mostrato grandi segnali di dinamicità. Basti pensare che nel quadriennio 2011-2014 i consumi di formaggio nell'UE-28 sono cresciuti appena del 2%. Tuttavia, il trend di medio-lungo periodo (tabella 2) sembra prospettare un incremento delle quantità consumate in tutta l'UE-28 e specialmente nei nuovi Paesi membri. Significativo a tal proposito il dato di consumo pro-capite che nel prossimo decennio (2012-2022) è previsto in aumento dell'8,7% nei 12 Nuovi Stati Membri a fronte di un +0,8% dei Paesi dell'UE-15.

Tabella 2 -Evoluzione dei consumi totali e pro-capite di formaggio nella UE-28, UE-15 e UE-12 Nuovi Stati Membri (.000 ton)

	2010	2012	2017	2022	var. 2022/2012
Consumi totali					
UE-15	7406	7.321	7.435	7.579	3,5%
UE-12 (NMS)	957	1.064	1.106	1.146	7,7%
UE-28	8.760	8.876	9.240	9.557	7,6%
Pro-capite (kg)					
UE-15	18,58	18,2	18,2	18,4	0,8%
UE-12 (NMS)	9,27	10,3	10,8	11,2	8,7%
UE-28	17,3	17,4	18,0	18,5	6,3%

Fonte: EU Commission, DG Agri, Prospects for agricultural markets and income in the EU 2012-2022

Ad oggi quindi, la stagnazione dei consumi e la forte competizione presente sul mercato europeo dei formaggi rappresentano due ostacoli all'espansione all'export per i produttori. Per tali ragioni e per le prospettive di incremento dei consumi nel prossimo decennio, l'UE-28, primo consumatore al mondo di formaggio, richiederà ai produttori un maggiore sforzo promozionale per riuscire a consolidare e difendere la propria quota di mercato.

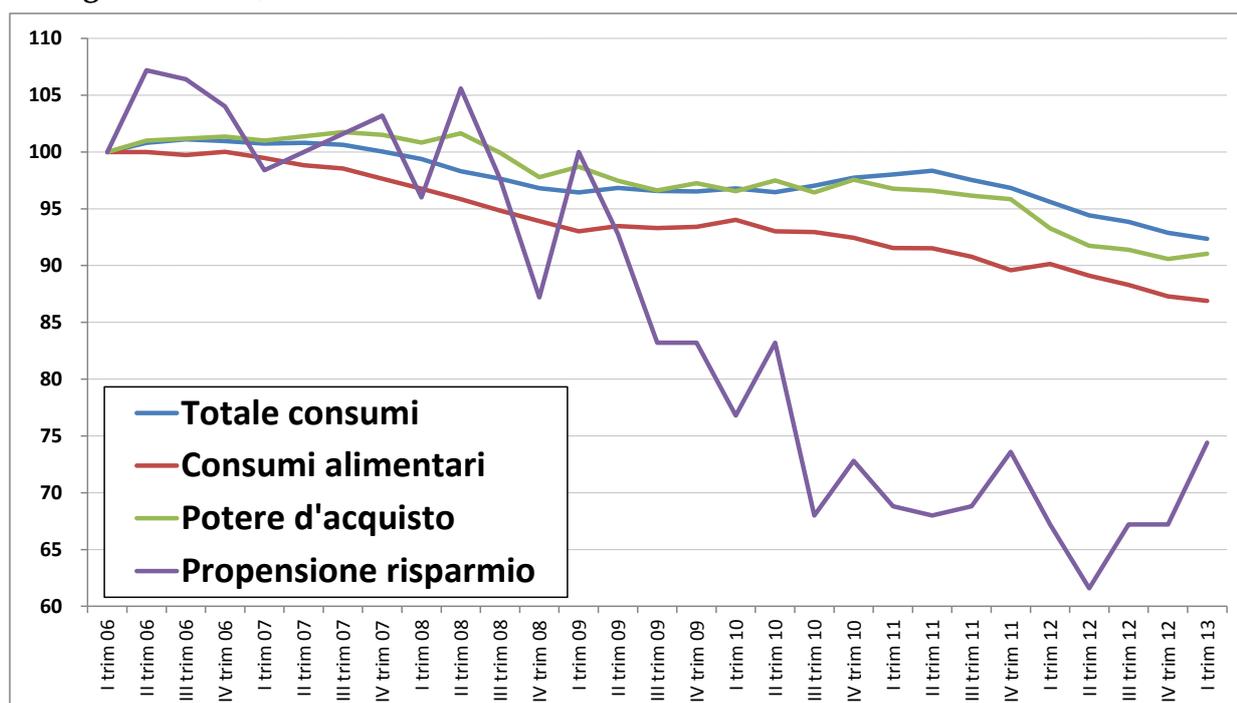
² World Economic Outlook, Ottobre 2014.

³ European economic forecast - winter 2015

2.3 Il mercato Nazionale

Nel corso del 2014 in Italia l'attività economica ha continuato a diminuire come riflesso soprattutto della debolezza della domanda interna sia per consumi che per investimenti. I fattori che più hanno inciso sul calo dei consumi sono stati la riduzione dell'occupazione e del reddito disponibile delle famiglie, le valutazioni sfavorevoli delle imprese sulle prospettive di breve periodo nonché il calo di fiducia dei consumatori. Alla luce di tale contesto, nel nostro Paese il 2014 è il terzo anno consecutivo di calo per il PIL. Il -0,4% calcolato dall'Istat in base alle prime stime sulla media dei trimestri segue infatti il crollo del 2,3% del 2012 e il -1,9% del 2013. Le ultime stime del governo per l'anno scorso indicavano un calo dello 0,3%. Come già accennato in precedenza relativamente al mercato Europeo, anche in Italia, gli effetti della crisi economica si sono riflessi in un calo del potere d'acquisto dei consumatori (figura 3). Appare chiaro come la graduale ma costante riduzione del reddito disponibile reale delle famiglie italiane abbia intaccato, ancor più dei consumi - totali e alimentari, che sono scesi comunque nel corso degli ultimi anni - la propensione al risparmio dei consumatori. In altre parole, di fronte ad un calo del proprio potere d'acquisto, le famiglie italiane hanno preferito attingere alle proprie fonti di risparmio per evitare di ridurre la capacità di spesa e quindi cercando di mantenere invariati i propri consumi. Se da un lato questo fenomeno ha permesso di contenere la discesa delle quantità consumate, dall'altro non lascia ben sperare per una rapida ripresa dei consumi stessi. Nel momento in cui il sistema economico riprenderà la strada della crescita, con ogni probabilità le famiglie italiane, prima di incrementare la propria spesa per consumi riportandola ai livelli pre-crisi, tenderanno a ricostituire i propri risparmi allungando quindi i tempi di rilancio dei consumi.

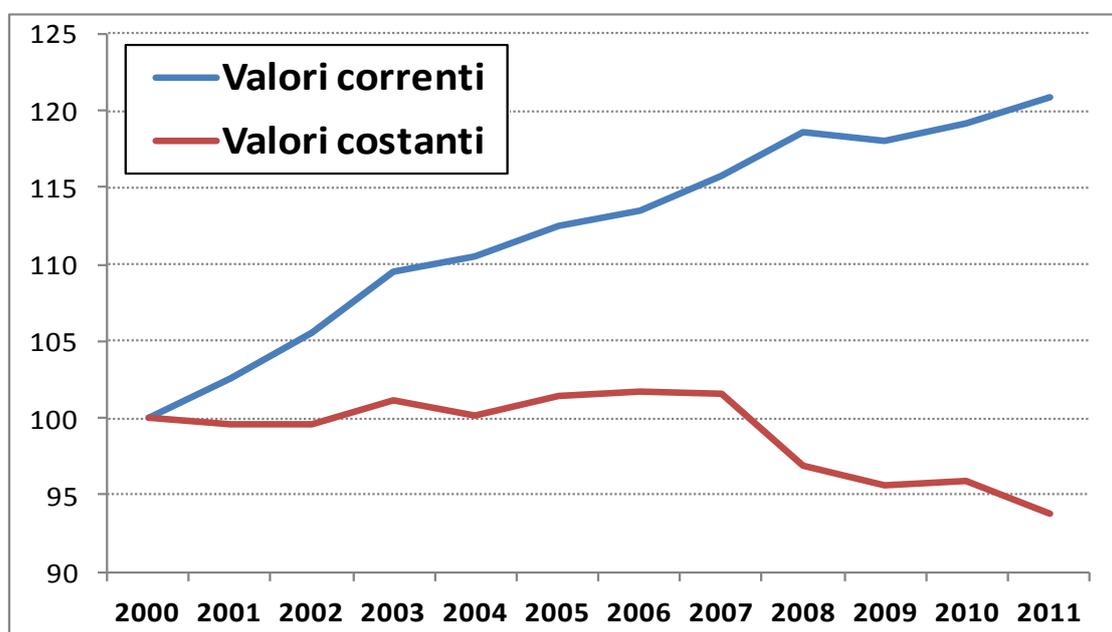
Figura 3 - Consumi e potere d'acquisto delle famiglie consumatrici in Italia (dati destagionalizzati, indice I trim 2006=100)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat (Risparmio delle famiglie profitti delle società) ed Eurostat.

Il tendenziale calo dei consumi complessivi e alimentari delle famiglie italiane non ha escluso il comparto lattiero-caseario, che essendo costituito da una vasta gamma di prodotti, alcuni dei quali ad elevato valore aggiunto, ha subito un calo significativo nell'ultimo quinquennio (figura 4). Sebbene infatti, a prezzi correnti, il valore totale della spesa per prodotti lattiero-caseari sia aumentato nel periodo preso in esame, a prezzi costanti (depurati quindi dall'inflazione), il trend è di segno opposto, in particolare dopo il 2008. A fronte, infatti, di un incremento medio del valore unitario dei prodotti, le quantità consumate sono rimaste stazionarie e per alcuni prodotti sono diminuite. Questa evoluzione negativa dei consumi del comparto tuttavia non riguarda tutte le categorie di prodotto, ma può essere in parte ricondotta al calo dei volumi consumati di formaggi.

Figura 3 - Trend della spesa per consumi finali delle famiglie italiane di latte, formaggio e uova (Indice 2000=100)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Istat.

I dati ISTAT 2012/2013, pur non inseriti nel grafico risultano in ulteriore calo nel valore costante.

[2.5 Il mercato del Pecorino Romano DOP](#)

Il formaggio Pecorino Romano si è caratterizzato nel corso della sua storia per la vocazione all'export, in particolare nel continente americano. In passato, prima del secondo conflitto bellico, il formaggio veniva esportato sia nell'America del Nord che nell'America Latina, dove forte era la presenza di connazionali emigrati con le famiglie e con le loro tradizioni alimentari.

Nella storia recente, a far data dal 1970, il mercato principale è rappresentato dagli Stati Uniti d'America (USA). Negli ultimi cinque anni è stato esportato negli USA oltre il 50% della produzione complessiva media certificata per annata casearia, come da tabella 1.

Nel calcolo delle quantità sono stati tenuti nel debito conto due fattori, il primo è relativo alla stagionalità - per disciplinare di produzione il Pecorino Romano si può produrre tra ottobre e luglio dell'anno successivo- il secondo è che il calcolo delle quantità prodotte certificate risulta essere fissato alla produzione "a fresco", ovvero alle 24 ore dalla trasformazione, mentre il valore reale è calcolato sul peso alla vendita (dopo la stagionatura ed il relativo calo peso fisiologico, mediamente pari al 9%).

Tabella 3

	Anno 2008/2009	Anno 2009/2010	Anno 2010/2011	Anno 2011/2012	Anno 2012/2013	Anno 2013/2014
Totale produzione in t con peso alle 24 ore dalla produzione (calcolo "a fresco") 1	26.746	27.476	25.335	25.452	24.778	24.116
Totale produzione in t con peso "a vendere" (calo medio del 9%) 1	24.338	25.003	23.054	23.161	22.547	21.945
Totale esportazione di Pecorino Romano negli USA in t 2	13.064	12.908	12.946	13.993	12.857	11.775
Rapporto % Tra produzione a vendere ed esportazione negli USA	53,67%	51,62%	56,15%	60,41%	57,02%	53,65%

Fonte: 1- Elaborazione Consorzio di Tutela del formaggio Pecorino Romano su dati Organismo di controllo incaricato dal MIPAAF
2 - Elaborazione Nomisma su dati U.S. Census Bureau -Department of Commerce.

Il mercato dei formaggi in USA, espresso come valore dei prodotti disponibili per gli usi interni.- il cosiddetto "consumo apparente", ovvero la somma tra il valore della produzione realizzata e del saldo tra importazioni ed esportazioni- nel 2013 ha superato i 35 miliardi di dollari (Fonte U.S. Census Bureau), mentre l'indice di auto approvvigionamento del mercato Usa è stato pari nel 2013 al 105%, confermando e consolidando l'autosufficienza produttiva e la raggiunta propensione all'export del Paese. Nonostante questo dato la bilancia commerciale USA per i formaggi risulta negativa, per via del maggiore interesse economico che una parte crescente dei consumatori rivolge a formaggi dalle particolari caratteristiche e qualità e distintività (speciality cheese). Per queste tipologie di prodotti l'offerta interna non è in grado di soddisfare la domanda, rivolgendosi a quei Paesi produttori e di tradizione casearia che garantiscono la fornitura di formaggi di qualità, tra i quali spicca l'Italia. La ripartizione della produzione di formaggi fabbricati negli USA, per tipologia, è la seguente

Tabella 4

Tipologia di formaggio prodotta negli USA (Volumi 2012/2013)	% sul totale
Tipo Americano	39,8%
Tipo Italiano	42,7%
Altro	17,5 %

Fonte : USDA/Foreign Agricultural Service

Nel cosiddetto Tipo Italiano, prevale la produzione di Mozzarella (con il 78% sul totale del Tipo Italiano), mentre il Tipo Romano (l'imitazione evocativa del Pecorino Romano DOP) è pari al 1% del totale Tipo Italiano. Questa tipologia di formaggio imitativo è venduto in particolare negli Stati occidentali e del Nord Est del Paese, mentre negli Stati del Sud, ad eccezione della Florida, è meno presente. In parte è esportato anche in Canada.

Le vendite di Pecorino Romano DOP nel mercato USA risultano concentrate in pochi distretti di vendita, il più importante è il distretto di New York, dove si concentra l'86% del totale importato, il restante 14% si suddivide tra il distretto di Chicago, pari al 10%, Los Angeles 1,6%, San Francisco e Miami, per il restante, in quote identiche.

Il consumo di formaggi negli USA è aumentato in maniera costante e progressiva, con una crescita nell'ultimo decennio del 22% (dati USDA/Foreign Agricultural Service) ed un incremento della spesa pro capite per famiglia che si è attestata per il 2012 ad un valore di 115 \$ (Fonte U.S. Department of Labour, Bureau of Labors Statistics).

Nel 2013 il consumo pro-capite di formaggi si è attestato su 15,3 kg (+0,4% rispetto ai livelli del 2012): nel dettaglio nel 2013 un americano ha consumato mediamente 6,4 kg di formaggi Tipo Italiano (di cui 4,9 kg di mozzarella) e 6,1 kg di prodotti Tipo Americano (di cui 4,4 kg di Cheddar).

E' di tutta evidenza che il mercato tradizionale USA rappresenta una nuova opportunità per il Pecorino Romano DOP, investendo in promozione e valorizzazione del prodotto, per consolidare le posizioni di mercato ed espandere le vendite.

Il mercato UE a 28 membri, attualmente rappresenta un mercato secondario, per i volumi esportati. Mentre il mercato Italiano è un mercato vitale per l'economia del Pecorino Romano DOP.

Tabella 5

Destinazione di vendita	2012 t	2013 t	2014 t	Variazione % 2014/2013
Italia ₁	6.086	5.023	3.922	-21
UE ₂	5.136	5.239	4.878	-7
USA ₃	13.993	12.857	11.775	-8

Fonte :

1- Elaborazione Consorzio di Tutela del formaggio Pecorino Romano su dati AC Nielsen

2- Elaborazione Consorzio di Tutela del formaggio Pecorino Romano su dati ISTAT

3- Elaborazione Nomisma su dati U.S. Census Bureau -Department of Commerce.

Nel caso del Pecorino Romano DOP, il calo dei consumi in Italia nel sistema Nielsen (pari a 9000 p.v. di monitoraggio per il peso imposto, e 4200 p.v. per il peso variabile) nella Distribuzione Moderna e nel Normal Trade evidenzia un calo preoccupante.

[2.5 Il latte nella zona di produzione del Pecorino Romano DOP](#)

Il formaggio Pecorino Romano è prodotto nell'area delimitata di origine compresa tra le Regioni Lazio, Sardegna e provincia di Grosseto in Toscana. La consistenza dell'allevamento ovino da latte nella zona delimitata, in Sardegna in particolare (dati aggiornati al 2013 del Centro di Referenza Nazionale per gli ovini -IZS di Teramo) rappresenta oltre il 70% dell'intero patrimonio ovino Italiano. La sola Regione Sardegna possiede il 55% del totale con 3.200.000 capi allevati.

L'allevamento è caratterizzato dalla presenza prevalente della razza Sarda, che si è diffusa progressivamente dalla Sardegna in tutte le regioni centrali (Lazio, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo) e meridionali (Puglia, Campania, Basilicata, Molise), ma anche in quelle settentrionali (Liguria ed Emilia) della penisola ed anche in Paesi mediterranei quali Grecia ed Israele.

Per la sua spiccata capacità di adattamento, la razza Sarda è allevata in aziende di collina e di montagna, in condizioni di allevamento estensivo ed anche in zone irrigue, in allevamenti di carattere intensivo.

La zona di produzione del Pecorino Romano DOP assume, per il peso numerico che rappresenta, il ruolo di capofila della filiera ovina da latte in Italia, con tutte le dinamiche economiche ad essa collegate.

A titolo esemplificativo si riporta lo schema dei pesi percentuali delle varie produzioni a DOP derivate da latte ovino in Italia.

Suddivisione dei formaggi Italiani a DOP di latte di pecora

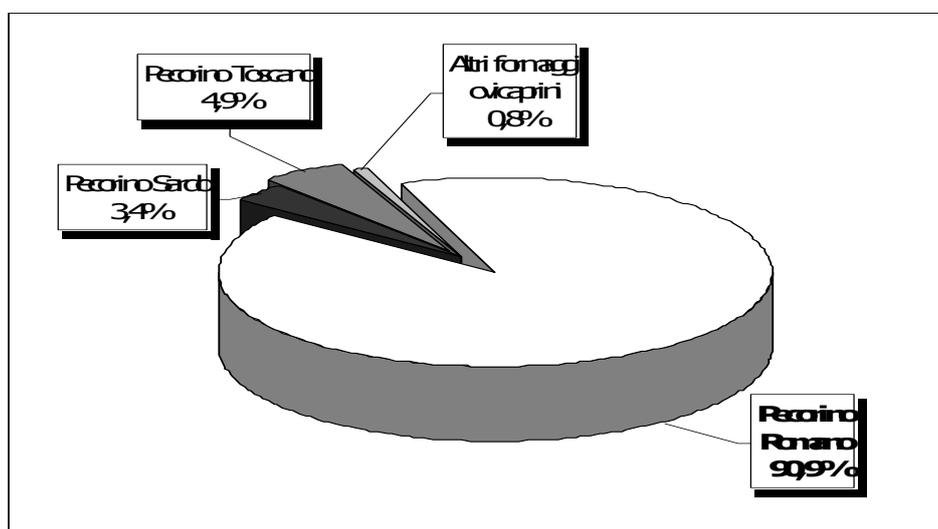


Figura 5

Fonte: Elaborazioni Osservatorio sul Mercato del Pecorino Romano e dei prodotti Ovicapri - Consorzio Tutela Pecorino Romano -Nomisma

La produzione del latte è caratterizzata da una spiccata stagionalità e variabilità nel corso delle annate, derivante sia dalla fisiologia della specie che dal sistema di allevamento, che risente in misura notevole dall'andamento climatico stagionale per via dell'assunzione diretta al pascolo della maggior parte della razione alimentare.

La quantità di latte prodotta nella zona di produzione nel corso degli ultimi 5 anni, esclusa la provincia di Grosseto- dove da trenta anni non si produce Pecorino Romano DOP- si è attestata su una media annua di 340/342 milioni di litri di latte. La quota annua utilizzata per la produzione di Pecorino Romano DOP nella campagna casearia 2013/2014 risulta pari al 46% del latte conforme alla produzione DOP disponibile. Risulta quindi già consolidata la disponibilità di latte destinato a produzioni alternative al Pecorino Romano.

Le produzioni complessive, a titolo esemplificativo, sono riassunte nella tabella sottostante.

Tabella 6

Tipologia Formaggio	Quantità- Kg - (Peso calcolato alle 24 ore dalla produzione)	Quantità di Latte utilizzato
Pecorino Romano DOP ¹	24.117.000	138.557.000
Pecorino Sardo DOP ¹	1.780.000	9.940.000
Fiore Sardo DOP (stima)	409.000	2.300.000
Altre tipologie: Caciotte, Semiduri, Canestrati, Speciali, ecc..	27.000.000	151.200.000
Formaggi Artigianali	800.000	4.000.000
Totale	54.106.000	305.997.000

Totale litri di latte prodotto in Lazio e Sardegna destinato alla caseificazione nell'area di produzione		305.997.000
---	--	--------------------

Fonte: Elaborazioni Consorzio Tutela Pecorino Romano -su dati Organismo di controllo incaricato dal MIPAAF
Annata casearia 2013/2014

[3\) IL PIANO DI REGOLAZIONE DELL' OFFERTA DEL PECORINO ROMANO DOP.](#)

[3.1 Obiettivi](#)

Il piano di regolazione dell'offerta del Pecorino Romano DOP ha come obiettivi principali:

- favorire l'adeguamento tra domanda e offerta di Pecorino Romano DOP sul mercato, al fine di garantire una maggiore stabilità complessiva, a vantaggio dell'intera filiera, vista la sua spiccata stagionalità;
- una maggiore tutela e valorizzazione del prodotto a vantaggio del consumatore finale;
- accrescere la presenza sui mercati consolidati e consentire l'apertura di nuovi, in particolare nei Paesi in via di sviluppo ad alto tasso di crescita.

Il Piano di regolazione dell'offerta dovrà fungere altresì quale strumento di monitoraggio continuo della crescita produttiva, onde evitare che si creino squilibri tra la produzione e la GG/GG revisione n°15 del 16 febbraio 2016

domanda del mercato, con gravi ripercussioni economiche e sociali su tutta la filiera. Il Consorzio attraverso lo strumento del Piano di regolazione fissa tutti gli anni il **punto di equilibrio di produzione**, al di sotto del quale le risorse Consortili dei contributi ordinari risultano sufficienti per sostenere i consumi di Pecorino Romano DOP.

In caso di eccessi produttivi, il Consorzio provvederà attraverso lo strumento della contribuzione differenziata a reperire ulteriori risorse, al fine di mantenere stabile il livello della domanda sui mercati, attraverso l'incremento delle attività promozionali.

3.2 Durata

Il Piano dell'offerta produttiva del Pecorino Romano DOP, secondo le previsioni del D.M. di attuazione, avrà durata triennale, a decorrere dalla data di pubblicazione del decreto di approvazione, tenendo conto della corrispondenza temporale tra tale periodo e le annate casearie, produzione da ottobre a luglio dell'anno successivo, come previsto nel disciplinare vigente.

Sono previste delle finestre di verifica semestrali al fine di monitorare l'applicazione del piano e le corrispondenti condizioni di mercato, durante le quali potrà essere soggetto a revisione.

3.3 Punto di equilibrio di produzione o tetto produttivo.

Il punto di equilibrio sarà individuato attraverso la verifica dell'andamento produttivo degli ultimi 5 anni, compresa l'annata casearia in corso, mediante l'analisi sulla produzione disponibile e dei dati del mercato.

Esso verrà applicato con decorrenza dalla successiva annata casearia.

3.4 Assegnazione delle indicazioni di produzione (quote).

Le quote di produzione da assegnare ai singoli caseifici **inseriti nel sistema di controllo** verranno determinate sulla base delle produzioni loro certificate negli ultimi 5 anni (dall'annata casearia 2010/2011 all'annata casearia 2014/2015 tutt'ora in corso).

Ad ogni caseificio autorizzato verrà attribuita la quota di produzione pari a:

la migliore produzione delle annate casearie comprese tra il 2011 e 2014 ;

la produzione che verrà registrata a fine campagna casearia 2015, se migliore delle annate casearie precedenti, con l'incremento massimo pari al differenziale generale registrato tra l'annata 2014 e 2015, che costituirà il limite massimo di incremento .

A titolo esemplificativo (**tutti i numeri sono puramente casuali a scopo dimostrativo del calcolo**) si ipotizzano cinque caseifici, con classi di produzione differenti, per la corrente campagna casearia 2014/2015, che registra un incremento produttivo generale su base annua del 23% (approssimato)

(a):

Produttori	Produzione certificata 2014	Incremento nel 2015	Produzione prevista nel 2015 in base all'incremento	Migliore produzione 2011-2014	Quota (kg) migliore produzione assegnata	Quota di rappresentatività	
Caseificio A	6.000	15,35*	6.921	9.000	9.000	20,45%	non supera il 23% nel 2015 e la sua quota sarà la miglior produzione del 2011-2014
Caseificio B	6.500	39,93*	9.096	6.600	7.995	18,16%	supera il 23% nel 2015 e la sua quota sarà la produzione 2014 aumentata del 23%
Caseificio C	2.000	-24,90*	1.502	2.900	2.900	6,58%	Saldo di produzione negativo, la sua quota sarà la miglior produzione 2011-2014
Caseificio D	15.000	28,94*	19.341	21.600	21.600	49,08%	supera il 23% ma la produzione 2015 è comunque inferiore alla migliore 2011-2014
Caseificio E	2.500	0,52*	2.513	2.500	2.513	5,71%	non supera il 23% e ha la migliore produzione nel 2015 che verrà utilizzata per la quota
	32.000		39.360	42.600	44.008	100*	

*dati approssimati

L'attribuzione della quota di produzione secondo il criterio del massimo vantaggio produttivo per ciascun caseificio risulta coerente con l'obiettivo di una programmazione dell'offerta in crescita.

In questo contesto, le quote iniziali attribuite per l'avviamento del piano, hanno valore di orientamento non essendo mai stata applicata nessuna forma di regolazione nella produzione storica di Pecorino Romano DOP.

Ai fini dell'applicazione del piano, le quote di produzione saranno calcolate utilizzando il coefficiente di rappresentatività per ogni produttore.

Tale coefficiente sarà utilizzato per l'assegnazione di ogni singola quota per l'annata casearia 2015/2016, rapportandolo al tetto produttivo (punto di equilibrio) che verrà stabilito dal Consorzio.

A titolo esemplificativo, stabilito in ipotesi un tetto produttivo pari a 250.000 quintali, il calcolo della quota per ciascun caseificio A-B-C-D-E sarà il seguente :

Produttori	Quota di rappresentatività	Tetto produttivo (d)	Quota assegnata (d*c)
Caseificio A	20,45%	250.000 q.li	51.125
Caseificio B	18,16%	250.000 q.li	45.400
Caseificio C	6,58%	250.000 q.li	16.450
Caseificio D	49,08%	250.000 q.li	122.700
Caseificio E	5,71%	250.000 q.li	14.275
	100*	250.000 q.li	249.950

*approssimato

3.4.1 Clausola di salvaguardia

Per le aziende che non potranno utilizzare l'attribuzione della quota secondo quanto stabilito nel precedente punto 3.4 (secondo anno di applicazione), per cause di forza maggiore, potranno usufruire per l'anno successivo di un riconoscimento dell'indicazione produttiva pari all'80% della quota assegnata. La richiesta dovrà essere inviata al Consorzio prima dell'inizio della campagna casearia, corredata da una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, ai sensi dell'Art. 47 del D.P.R. 28.12.2000 n°455. L'istanza dovrà contenere esplicita autorizzazione per il Consorzio a svolgere presso il caseificio interessato ogni attività ritenuta valida al fine di accertare la veridicità della richiesta.

3.4.1a Vincoli nuovi produttori

Per le nuove aziende, che negli ultimi cinque anni non hanno prodotto Pecorino Romano DOP o che si apprestino per la prima volta alla produzione della DOP, si riserva una quota supplementare complessiva, rispetto al tetto produttivo, pari a 2.000 quintali.

Per ogni azienda sarà messa a disposizione una quota iniziale pari ad un massimo di 500 quintali.

Nel caso vi sia un numero maggiore di aziende rispetto alla quota massima assegnabile di 500 quintali, che per 2000 quintali è pari a n° 4 aziende, si procederà al frazionamento della quota supplementare per il numero di richiedenti.

A titolo di esempio:

quota supplementare 2.000 quintali

aziende richiedenti n°6

quota assegnata 333 quintali.

Il superamento della quota assegnata comporterà l'applicazione della contribuzione differenziata aggiuntiva.

Sono fatti salvi i casi di acquisizione di ramo d'azienda o volture aziendali, che dovranno comunque essere dimostrate con valida documentazione.

A partire dal secondo anno di produzione, la quota supplementare sarà pari all'1% del tetto produttivo stabilito per la campagna casearia, con quota massima assegnata pari a 500 quintali.

3.5 Contribuzione ordinaria

Per poter svolgere le attività istituzionali previste dalla Legge n°526/99, il Consorzio ha istituito la contribuzione per Kg di formaggio prodotto, con peso determinato alle 24 ore dalla produzione, all'atto della marchiatura a fresco, con il marchio Consortile. La contribuzione ordinaria è stabilita annualmente dal Consiglio Direttivo, sulla base delle esigenze ordinarie ed anche in presenza di eventi straordinari, sempre legati all'attività istituzionale di valorizzazione, tutela e promozione della DOP, a salvaguardia del consumatore.

Il contributo ordinario attuale è fissato in 0,04 €/kg di formaggio Pecorino Romano DOP marchiato a fresco, certificato dall' Organismo di Controllo autorizzato dal MIPAAF.

3.6 Contribuzione differenziata aggiuntiva

Lo strumento della contribuzione differenziata aggiuntiva verrà posta in essere nel caso in cui la produzione di uno o più caseifici superi la quota assegnata, addebitando per ogni Kg di prodotto eccedente la quota, un contributo supplementare a quello ordinario, pari a 0,16 €/kg, per Kg di formaggio prodotto, con peso determinato alle 24 ore dalla produzione, all'atto della marchiatura a fresco, con il marchio Consortile. La determinazione del contributo supplementare sarà affidata per competenza al Consiglio di Amministrazione, su delega dell'Assemblea dei Soci.

Tale contributo differenziato aggiuntivo è applicato nel caso di superamento **della franchigia di produzione complessiva**, stabilita in 270.000 quintali per il primo anno di applicazione e per i successivi anni di applicazione pari al tetto produttivo fissato all'inizio della campagna casearia. La quota prodotta in misura superiore rispetto alla quota assegnata non verrà utilizzata nella rideterminazione della % di rappresentatività del caseificio, nel caso si superi il tetto produttivo. Il calcolo delle contribuzioni differenziate verrà effettuato a seguito delle verifiche previste in corso di attuazione del Piano o a fine annata casearia (post mese di luglio dell'annata di riferimento).

3.7 Legame tra piano di regolazione dell'offerta e valorizzazione qualitativa

Il piano di regolazione dell'offerta costituisce uno strumento necessario per garantire maggiore stabilità qualitativa del prodotto, attraverso il riequilibrio della produzione con la domanda di mercato. In questo contesto la verifica qualitativa e la ricerca di nuovi mercati o l'espansione di quelli già consolidati, costituiscono tra essi un'attività sinergica che tutti gli operatori potranno applicare sul proprio prodotto.

3.7.1 Valorizzazione qualitativa del prodotto- Piani di attuazione.

Le imprese che intendono avvalersi della possibilità di differenziare il prodotto in base alle attività di valorizzazione qualitativa, dovranno segnalare tempestivamente i loro intendimenti al Consorzio, attraverso un piano di produzione, da presentarsi prima dell'inizio dell'annata casearia.

In particolare sono previste le seguenti attività di valorizzazione :

- ridotto contenuto in Cloruro di sodio
- lunga stagionatura

3.7.2 Valorizzazione qualitativa del prodotto- Contenuto in cloruro di sodio

Per le aziende che dimostrino di esitare del formaggio Pecorino Romano con basso contenuto in cloruro di sodio, attraverso un piano qualitativo **presentato al** Consorzio prima dell'inizio dell'annata casearia, con quantità massima sul prodotto tal quale **pari a 3,5 % di Na Cl (analisi con crosta [1])**, è prevista l'attribuzione di una premialità a consuntivo, pari ad una franchigia del 50% sull'addebito della contribuzione differenziata, se la produzione complessiva supera l'orientamento produttivo aziendale assegnato.

Le verifiche quali quantitative sono affidate al Consorzio attraverso un programma di verifica, secondo il metodo campionario allegato [1].

3.7.3 Valorizzazione qualitativa del prodotto- Lunga stagionatura

Per le aziende che dimostrino di esitare del formaggio Pecorino Romano DOP a lunga stagionatura, **oltre 14 mesi**, attraverso un piano qualitativo presentato al Consorzio prima dell'inizio dell'annata casearia, è prevista l'attribuzione di una premialità, a consuntivo, pari ad una franchigia del 50% sull'addebito della contribuzione differenziata, se la produzione complessiva supera l'orientamento produttivo aziendale assegnato. Le verifiche quali quantitative sono affidate al Consorzio attraverso un programma di verifica campionaria.

3.7.4 Incentivi per nuovi mercati

Nel caso di aziende che dimostrino di aver provveduto a esitare parte della loro produzione in nuovi mercati, è prevista l'attribuzione di una premialità a consuntivo, pari ad una franchigia del 50% sull'addebito della contribuzione differenziata, secondo quanto descritto nel regolamento allegato [2]. Per nuovi mercati s'intendono tutte le destinazioni eccezion fatta dei mercati Italia, Canada, USA. Il monitoraggio e l'indagine di verifica potrà essere affidata a organismi terzi in grado di garantire la veridicità dell'impegno.

3.7.5 Deroga per i mercati tradizionali

Nel caso di una riduzione del tetto produttivo, per le aziende che esitano parte della loro produzione nel mercato tradizionale, con modalità distintive, quali Brand a maggiore valore aggiunto, si prevede l'attribuzione di una premialità a consuntivo, pari ad una franchigia del 50% sull'addebito della contribuzione differenziata, secondo quanto descritto nel regolamento allegato [2]. La richiesta dovrà essere inviata al Consorzio, corredata da una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà, ai sensi dell'Art. 47 del D.P.R. 28.12.2000 n°455. L'istanza dovrà contenere esplicita autorizzazione per il Consorzio o ad organismi incaricati, a svolgere presso il caseificio interessato ogni attività ritenuta valida al fine di accertare la veridicità della richiesta.

3.8 Monitoraggi e verifiche

Le verifiche sulle produzioni saranno effettuate periodicamente dal Consorzio (almeno una ogni mese di produzione) mediante pesatura presso il caseificio di un campione significativo di prodotto. le risorse aggiuntive rese eventualmente disponibili dall'applicazione delle contribuzioni differenziate, non essendo rilevabili se non attraverso un controllo ex post, possono essere riconducibili alle seguenti attività e spese: promozione nei mercati USA, UE (Germania, Francia e Regno Unito), interno (in particolare nelle aree geografiche storicamente vocate quali Lazio, Campania, Puglia), indagini di mercato nelle varie fasce di prodotto e di consumatori.

4) Obblighi dei produttori

Il piano, una volta approvato secondo le forme previste dal D.M. 15164 del 12.10.2012, dall'Assemblea dei Soci del Consorzio e reso operativo a seguito di pubblicazione del decreto ministeriale, previa approvazione del comitato di valutazione del piano, avrà validità erga omnes, su tutti i produttori di Pecorino Romano siano essi associati o meno al Consorzio.

4.1 Obblighi dei produttori di latte

Secondo le forme di adesione previste dal D.M. 15164 del 12.10.2012, i produttori di latte destinato alla fabbricazione di Pecorino Romano DOP, inseriti nell'elenco unico del sistema di controllo, mantengono la loro indicazione di produzione, al solo fine dell'adesione al piano produttivo. La revisione delle adesioni sarà utilizzata al fine di aggiornare la corrispondenza tra l'elenco unico del sistema di controllo e le adesioni.