



## **Università Degli Studi Di Scienze Gastronomiche**

Corso di Laurea in  
*Promozione e Gestione del Patrimonio Gastronomico e Turistico*

### **“DONNE DEL LATTE”**

Indagine sui ruoli e le esperienze delle donne operanti  
nel comparto lattiero caseario nazionale

Relatore: Chiar.mo Prof. Michele Antonio Fino

Correlatore: Chiar.mo Prof. Giovanni Perri

Elaborato finale di: Serena Di Nucci

Matricola n. 11LM018

Anno Accademico

2011-2012

“Bisogna diventar più donna.”

*Cesare Pavese*

Alle Donne del Latte di ieri, oggi e domani,  
con riconoscenza.

## INDICE

<b>1. Introduzione</b>	<b>4</b>
<b>2. PRESENZA E RUOLO DELLE DONNE NEL COMPARTO LATTIERO CASEARIO NAZIONALE</b>	<b>8</b>
2.1. Il contesto nazionale	8
2.2. I ruoli e le esperienze delle donne operanti nel lattiero-caseario	16
2.2.1. <i>Indagine su un campione di caseifici italiani: produttrici, tecniche, studiose si raccontano</i>	21
2.2.2. <i>Il profilo identitario delle “Donne del Latte”</i>	48
<b>Conclusioni</b>	<b>56</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>58</b>
<b>Sitografia</b>	<b>60</b>

## 1. Introduzione

“Io credo che il formaggio sia delle donne, sia connaturato addirittura nella loro memoria pratica. Non so come spiegare, capisci? Il formaggio ci appartiene per natura!”: con queste parole un’intrepida produttrice di formaggio pugliese, Pasquina Netti, mi ha descritto un giorno la sua ragione d’essere, il latte e il formaggio. Non avrei potuto trovare un *incipit* migliore per iniziare la stesura di una tesi incentrata sul ruolo delle donne nel comparto lattiero caseario nazionale.

Nutro da tempo un interesse del tutto personale verso le tematiche riguardanti i nuovi ruoli delle donne nel settore agroalimentare. In questa sede ho scelto di circoscrivere l’analisi del fenomeno al settore della produzione casearia per un ragione molto semplice: ci sono nata dentro, è il mondo che ho vissuto più da vicino. Le donne della mia famiglia sono state tutte “Donne del Latte”. Tante sono state poi le produttrici e le studiose del settore che ho conosciuto in questi anni, forte dell’esperienza nell’azienda casearia di famiglia e delle molteplici occasioni di incontro e scambio professionale che il percorso presso l’Università degli Studi di Scienze Gastronomiche mi ha offerto.

L’immagine che me ne deriva è quella di un ambiente produttivo dal potenziale immenso, in cui operano persone di grande energia e vitalità. Ne ho osservato spesso i gesti sapienti, gli sguardi orgogliosi. Ho sempre domandato loro le motivazioni che li hanno spinti a questo mestiere, e la condivisione di esperienze, emozioni ma anche difficoltà, mi ha stimolato ad indagare con occhi diversi il settore nel quale inizio a muovere i primi passi: da donna, ed è stato forse naturale focalizzare l’attenzione proprio sulle donne che mi circondavano.

Pasquina è una di loro. La sua affermazione giustifica concettualmente ciò che la storia e la letteratura hanno tentato, anche indirettamente, di testimoniare: il legame profondo tra la donna e la produzione casearia.

L’associazione dell’immagine femminile con il latte è quanto di più immediato la nostra mente possa suggerirci. Il latte materno ha avuto nella storia un alto valore reale e simbolico in quanto non solo alimento indispensabile per la crescita, ma anche emblema della cura materna, del ruolo femminile nella perpetuazione della specie, del legame di dipendenza temporanea fra due esseri destinati a diventare indipendenti l’uno dall’altro. Succhiare il latte diventa simbolo di dipendenza, appartenenza, di trasmissione di carattere ma anche di valori (Muzzarelli, Tarozzi, 2003)<sup>1</sup>. L’importanza del latte per la donna non si è esaurita solo nel suo divenire nutrimento per i propri figli, ma anche per i bambini che in ogni epoca le sono stati affidati dalla comunità.

---

<sup>1</sup> Maria Giuseppina Muzzarelli, Fiorenza Tarozzi, *Donne e cibo. Una relazione nella storia*. Bruno Mondadori Editore, Milano, 2003.

Il legame tra la donna e la materia prima è quindi ovvio in quanto dettato dalla natura. Stando alle parole della signora Netti, altrettanto connaturata nella sua intelligenza pratica è anche la produzione casearia, ma nell'immaginario collettivo l'associazione logica "donna"- "formaggio" non è così immediata. Ad esempio, una banalissima ricerca su Internet che assuma i suddetti termini come parole chiave, non produrrà altri risultati che una sfilza infinita di ricette super-veloci per donne iper-impegnate o aspiranti *chef*, oltre che le solite banalità su quanto il formaggio sia nocivo o salutare per la salute femminile.

I mezzi di informazione moderni tralasciano fortemente la tematica, mentre la storia e la letteratura, specie quella rinascimentale, sembrano prestarvi maggiore attenzione. Per capire in quale accezione però, basti riportare alla mente la "*Formaggiata*" del conte Giulio Landi, opera letteraria del 1542 nella quale il nobile elogia il *piacentino* (antenato del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano), descrivendone la creazione in uno scenario nel quale i protagonisti diventano personaggi bucolici, da operetta di corte: il piacentino, spiega Landi, non è fatto da contadini rozzi e volgari, ai quali di solito è demandata la produzione del formaggio, ma da "*pastorelle gentili, piacevoli e belle*", che dapprima mungono il latte con le loro bianche mani, poi lo ripongono in vasi "*puliti e lucenti*", indi lo mettono a cuocere in grandi caldaie a forma di campane, "*nette e ben lavate*", dove il latte si rapprende sotto l'azione del caglio. A questo punto il formaggio è nato e le pastorelle si affrettano a metterlo "*in certi gran cerchi ben bianchi e politi*" e cominciano a dimenarlo: chi le vedesse all'opera "*con i lor capelli in bionde trecce avolti*" con le loro braccia nude e le vesti rialzate al ginocchio, con le loro fattezze in bella vista, "*struggerebbesi di dolcezza*" e volentieri si presterebbe ad aiutarle e a dimenarsi con loro (Camporesi, 2009)<sup>2</sup>.

La descrizione delle belle pastorelle intente a fare il formaggio è evidentemente declinata in toni erotici, e ciò corrisponde a un *tòpos* molto diffuso nella letteratura rinascimentale, anche popolare: Iacopo Da Bientina, chirurgo e commediografo fiorentino, descrive nel canto carnascialesco "*Canto di donne, maestre di far cacio*" (1558) le donne affaccendate nella mungitura e nella formatura: "*Donne no' siàn di Chianti per nazione, maestre di far cacio al paragone. El mestier nostro vuol gran diligenza, pulitezza, buon occhio e pazienza, fresca la mano et avere avvertenza, pigliare el latte sol d'una ragione*" (Anselmi, 2011)<sup>3</sup>.

Entrambe i letterati danno risalto alla figura femminile che prepara il formaggio, ma in accezioni diverse: Landi colloca le donne in uno scenario fittizio, in cui esse sono dedite a un compito solitamente non loro, produrre il formaggio, cosa che invece spetta alle casare a cui Iacopo Da Bientina dedica la sua composizione. La contrapposizione tra le due fonti letterarie risiede in

---

<sup>2</sup> Piero Camporesi, *Il formaggio maledetto* in *Le officine dei sensi. Il corpo, il cibo, i vegetali. La cosmografia interiore dell'uomo*, Garzanti, 2009.

<sup>3</sup> Gian Mario Anselmi, *Banchetti letterari. Cibi, pietanze e ricette nella letteratura italiana da Dante a Camilleri*, a cura di Gino Ruozi, Carocci Editore, 2011.

ciò: la prima sottende la totale prerogativa maschile nel mestiere caseario, la seconda dichiara l'impronta totalmente femminile del mestiere.

Altrettanto contrastanti nei messaggi sono le opere iconografiche, che da un lato rappresentano l'impegno femminile più antico e "domestico" della preparazione del burro e dei derivati del latte (**Figura 1.1**), dall'altro alimentano i toni di allusione erotica propri del *tòpos* rinascimentale: ne è un esempio lampante l'opera del pittore Vincenzo Campi, *Mangiatori di ricotta*, in cui è ritratta una donna nell'atto di offrire ricotta ad affamati contadini. La ricotta era ritenuta cibo rustico, e la florida fanciulla di istupidita allegria è una possibile metafora dell'incontrollabile bramosia dei sensi.

La ricotta assume qui il valore della tentazione offerta dal cibo come dalla sessualità, oltre che di rimando al nutrimento primitivo dell'infanzia dell'umanità e dell'uomo (**Figura 1.2**)<sup>4</sup>.

È difficile dunque risalire a un'origine certa del legame tra la produzione casearia e la donna. L'opinione comune oscilla tra l'affidare alle donne il ruolo di inventrici della cucina, dell'agricoltura, e quindi anche dell'arte casearia, e la relegazione di quest'ultima a lavoro essenzialmente maschile. Non è infatti un mistero che la produzione dei formaggi sia caratterizzata da una richiesta di forza fisica e resistenza di cui non sempre il fisico femminile è dotato, tanto quanto non è un mistero che, nei secoli passati, al marito allevatore e transumante corrispondeva una moglie dedita alla trasformazione del latte nell'ambito dei lavori domestici. La separazione tra la produzione zootecnica e la produzione casearia avvenuta nello scorso secolo in Italia ha visto strutturarsi la trasformazione del latte in un comparto produttivo autonomo, in cui dalla dimensione auto-consumistica e domestica delle produzioni si è passati alla dimensione aziendale del moderno caseificio: è probabilmente questo il momento in cui la forza lavoro maschile si è "riappropriata" pesantemente del sistema.

Oggi la visione che l'immaginario comune nutre a proposito del lattiero caseario è quella di un settore "di uomini", nel quale le donne rivestono un'importanza numerica marginale, e questo è statisticamente rilevato. Ciò che invece non è indagato è l'attuale ruolo che le (poche) donne del



**Figura 1.1** - *Heures de la Bienheureuse Vierge Marie, April*, inizio XVI secolo, Parigi, Petit Palais.



**Figura 2.2** - Vincenzo Campi, *Mangiatori di ricotta*, 1580 (ca.), Lione, Musée des Beaux-Arts.

<sup>4</sup> Maria Giuseppina Muzzarelli, Fiorenza Tarozzi, *Donne e cibo. Una relazione nella storia*. Bruno Mondadori Editore, Milano, 2003.

settore svolgono nel comparto. Ne deriva la sottovalutazione di un capitale umano che, seppur numericamente in minoranza, dimostra di avere in sé connaturate caratteristiche irrinunciabili date le sfide che attendono il settore: la cura per la qualità, per i consumatori, per l'immagine del prodotto, per l'educazione allo stesso. L'opinione comune e il mondo scientifico convergono sul ritenere la massimizzazione di queste capacità unica ancora di salvezza per le nostre eccellenze nazionali.

Rimettere al centro del settore lattiero caseario le donne non è dunque solo auspicabile, ma ritengo sia un atto più che dovuto nei loro confronti: in esse la natura ha posto la ragione d'essere del più importante tra gli alimenti, e ciò che ne deriva, il formaggio, è stato per secoli il frutto delle loro silenziose fatiche, sostentamento per le proprie comunità.

Muove da queste considerazioni l'analisi del comparto caseario nazionale alla luce di un'indagine sui ruoli delle donne al suo interno. Come anticipavo, quest'ultimo aspetto non è stato finora approfondito né dalle statistiche ufficiali né da altre rilevazioni di stampo sociologico. Ho cercato di indagare il fenomeno "da vicino", interpellando diciassette donne che partecipano al settore in qualità di produttrici, ma anche di tecniche e studiose, dal Nord al Sud del Paese, provenienti dalle più varie dimensioni aziendali ed ambiti di ricerca. Ho somministrato loro un'intervista con la quale ho cercato di mettere in luce le loro caratteristiche demografiche, i loro livelli di istruzione, il loro percorso e le motivazioni che le hanno spinte a lavorare nel comparto lattiero caseario, le loro difficoltà, il loro ruolo attuale e la composizione di genere delle loro imprese ed enti di ricerca. Successivamente ho posto loro quesiti volti ad individuare e quantificare, sulla base delle loro esperienze dirette, il valore aggiunto del lavoro femminile al comparto, anche in riferimento alla loro eventuale attività nell'ambito associazionistico e cooperativistico.

La ricomposizione delle loro interviste mi ha quindi permesso di elaborare un profilo identitario generale delle donne presenti nel settore lattiero caseario nazionale, dato che molti sono i comun denominatori che legano le loro esperienze: innanzitutto l'aver scelto consapevolmente e coraggiosamente di entrare nel settore da produttrici, imprenditrici, studiose. Alle loro spalle lunghe tradizioni casearie di famiglia, ma nella maggior parte dei casi carriere avviate dopo anni di studi universitari in settori completamente diversi, cedendo infine a quell'amore per il latte, per la natura, per la difesa dei propri territori che tutte hanno avvertito come una vocazione semplicemente innata.

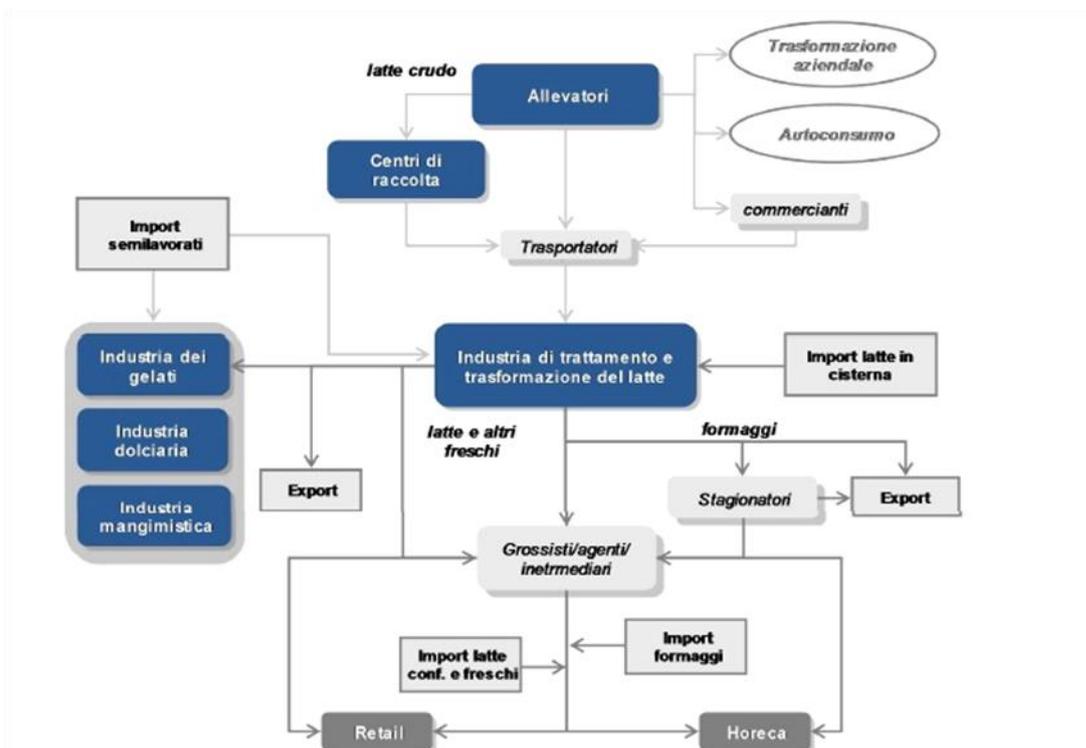
Non a caso è proprio la parola "scelta" la più ricorrente nelle prossime pagine, ed è sicuramente l'elemento della scelta la chiave di lettura determinante delle esperienze di vita e professionali di queste nostre connazionali, delle quali spero di aver restituito al meglio l'immagine di grandi "Donne del Latte", come amo chiamarle e quali realmente sono. Un'immagine della quale ora, come non mai, il comparto lattiero caseario ha bisogno di tornare a nutrirsi.

## 2. PRESENZA E RUOLO DELLE DONNE NEL COMPARTO LATTIERO CASEARIO NAZIONALE

### 2.1. Il contesto nazionale

Delimitare un quadro preciso del contesto socio-economico di riferimento del presente progetto, il comparto lattiero caseario italiano, non è un compito agevole: caratteristica strutturale primaria del settore in questione è infatti la fortissima eterogeneità dei componenti della sua filiera, distinta essenzialmente nella fase agricola e nella fase della trasformazione, in ordine al numero delle aziende, alla loro dimensione, alle specificità produttive inestricabilmente connesse ai territori d'appartenenza degli operatori (**Figura 2.1.1**).

**Figura 2.1.1** - I principali attori della filiera lattiero casearia.

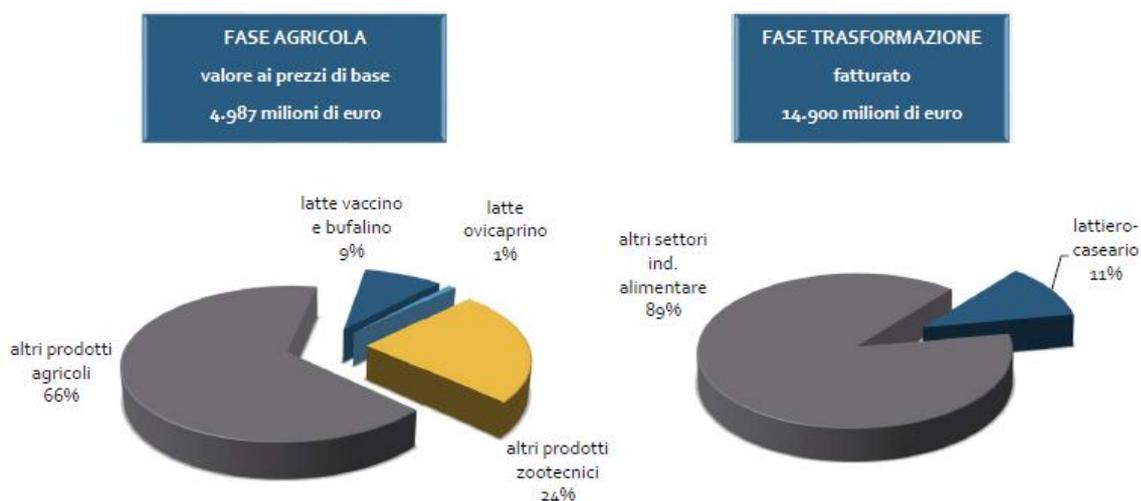


Fonte: Rielaborazione su dati ISMEA, 2012.

I dati delle ultime statistiche nazionali (aggiornate al 2012) mettono in risalto la rilevanza economica del comparto per l'economia agroalimentare italiana. Solo per il 2012, ad esempio, il lattiero caseario esprime un valore della produzione che supera i 14,5 miliardi di euro e un fatturato di quasi 15 miliardi di euro, pari al 15% del fatturato complessivo del settore *food* nazionale, e ciò a riconferma di un *trend* di crescita pluriennale. A livello di fase agricola, gli allevamenti da latte contribuiscono per il 10% alla realizzazione del valore della produzione ai prezzi base dell'intera

agricoltura, e per il 31% a quello della sola branca zootecnica (percentuale calcolata sul valore dell'offerta di latte delle stalle italiane, stimata in 105.975.722 quintali di latte solo per il 2012), mentre a livello di fase trasformativa, i derivati del latte incidono per l'11% sulla formazione del fatturato complessivo dell'industria agroalimentare (**Figura 2.1.2**).

**Figura 2.1.2** - La rilevanza del settore. L'incidenza sull'agricoltura e sull'industria. Anno 2012.



Fonte: ISMEA, 2012.

Il settore è caratterizzato inoltre da un'elevata incidenza dei prodotti a denominazione d'origine sia in termini di certificazioni riconosciute (34 DOP su 168 riconoscimenti comunitari), sia in termini di peso sulla produzione complessivamente realizzata (oltre il 40% del volume)<sup>5</sup>. A questa tipologia di produzioni si affianca quella delle produzioni tipiche e tradizionali, marcatori territoriali "di nicchia". Significativo risulta anche il ruolo assunto dal settore lattiero-caseario nell'andamento degli **scambi commerciali** dell'agroalimentare: segnali positivi si registrano infatti sul fronte dell'export di formaggi e latticini, soprattutto freschi (ISMEA,2013)<sup>6</sup>.

Sul fronte degli acquisti, le stime continuano ad indicare un calo delle importazione di latte in cisterna, cui si contrappone un aumento per il latte confezionato, in linea con i *trend* della domanda domestica (ISMEA, 2013)<sup>7</sup>. Anche se la *performance* commerciale non risulta nel complesso negativa, si rileva per il settore l'esistenza di un enorme potenziale commerciale inespresso. Da un lato infatti, l'elevato grado di approvvigionamento sottolinea l'esistenza di una forte dipendenza dalle importazioni di materia prima, dall'altro lato il livello contenuto della propensione all'export mette in evidenza che, nonostante il buon posizionamento all'estero dei

<sup>5</sup> Martino Cassandro, Marcello Mele, Erminio Trevisi, *Sicurezza e tracciabilità nei sistemi di produzione del latte*, Aracne Edizioni, Roma, 2010.

<sup>6</sup> ISMEA, *Trimestrale Ismea di analisi e previsioni per i settori agroalimentari. Tendenze del lattiero caseario, I Trimestre 2013*, numero 2/13, 6 maggio 2013, pp. 5-8.

<sup>7</sup> ISMEA, *Trimestrale Ismea di analisi e previsioni per i settori agroalimentari. Tendenze del lattiero caseario, I Trimestre 2013*, numero 2/13, 6 maggio 2013, pp. 5-8.

prodotti caseari *Made in Italy*, le imprese italiane continuano a realizzare la gran parte del fatturato sul mercato domestico (Cassandro *et al.*, 2010)<sup>8</sup>.

La **domanda nazionale** di prodotti lattiero caseari, così come nella maggior parte dei Paesi industrializzati, appare ben strutturata e sostanzialmente in fase di maturità: i consumi domestici di formaggi sono aumentati soprattutto nelle regioni centromeridionali, che segnalano una tendenza all'acquisto più frequente, sintomatica di un comportamento di consumo consapevole (sempre più diffuso), finalizzato alla riduzione degli sprechi. Per quanto riguarda i **canali distributivi**, sono i *discount* ad evidenziare la crescita più sostenuta, in virtù dei prezzi di vendita mediamente più bassi. Dinamica positiva anche per i punti vendita della GDO, mentre prosegue l'inesorabile caduta del dettaglio tradizionale e specializzato<sup>9</sup>.

Secondo le previsioni dell'Ocse e della Commissione Europea, il **mercato estero** sarà invece caratterizzato da una forte crescita della domanda di derivati del latte, soprattutto in Asia e Medio Oriente, e ciò costituisce un presupposto importante per la globalizzazione del sistema caseario italiano, ma nasconde anche una serie di minacce. Il fattore competitivo dei prodotti italiani è costituito essenzialmente dal mix di qualità e tipicità di cui prima si accennava, ma la presenza delle DOP italiane e dei formaggi *made in Italy* in generale sui mercati esteri, richiede un duplice sforzo: da un lato l'azione sistematica di tutela istituzionale contro la contraffazione e l'*Italian sounding* (uso improprio dei marchi), dall'altro l'impiego di adeguati strumenti di gestione e l'attuazione di investimenti in comunicazione e *marketing*, che ad oggi solo le imprese di maggiori dimensioni riescono ad attivare. E proprio in questo ambito entra in gioco uno dei principali elementi di criticità del sistema latte italiano, e più in generale del sistema agroalimentare nazionale, ossia la struttura polverizzata dell'**offerta nazionale**, sia nella fase agricola che in quella di trasformazione.

Nonostante il processo di concentrazione delle aziende in atto, e l'esistenza di alcune realtà di eccellenza, la zootecnia da latte italiana si caratterizza ancora per le medie produttive e dimensionali troppo basse rispetto a quelle dei principali *competitors* europei, con riflessi negativi soprattutto sul fronte dei costi di produzione. Tra gli elementi di debolezza che caratterizzano il settore, relativamente alla fase primaria, occorre infatti evidenziare il *trend* flessivo della redditività, a causa dei costi di produzione cresciuti in maniera più che proporzionale rispetto ai prezzi all'origine.

Dal lato dell'industria, sebbene sussista una situazione di elevata redditività a un buon livello di liquidità e di solidità patrimoniale, negli ultimi anni non si è assistito ad un vero e proprio processo di selezione e crescita delle unità produttive, con la produttività media rimasta

---

<sup>8</sup> Martino Cassandro, Marcello Mele, Erminio Trevisi, *Sicurezza e tracciabilità nei sistemi di produzione del latte*, Aracne Edizioni, Roma, 2010.

<sup>9</sup> *Idem*<sup>1</sup>.

sostanzialmente stabile sia per le imprese di piccole che per quelle di grandi dimensioni (Cassandro *et al.*, 2010)<sup>10</sup>.

L'ISTAT enumera e classifica le **unità produttive** unificando i centri di produzione e raccolta del latte con quelli dediti alla produzione casearie: ne viene fuori un quadro che annovera quattro raggruppamenti di aziende (Caseifici e Centrali del latte, Stabilimenti di Aziende agricole, Stabilimenti di enti cooperativi agricoli, Centri di raccolta), espressione della compagine produttiva totale del settore. Così, riguardo alla dislocazione numerica e territoriale delle unità, apprendiamo che nel Mezzogiorno sono concentrati quasi il 32% dei caseifici italiani, mentre al Nord sono presenti il 58% delle aziende agricole con stabilimenti caseari, l'84 % degli stabilimenti di enti cooperativi agricoli e il 51% dei centri di raccolta del latte prodotto in Italia. (**Tabella 2.1.1**).

**Tabella 2.1.1** - Numero di unità produttive operanti nel settore lattiero-caseario, per tipo. Dettaglio per ripartizione geografica, Anno 2012.

Ripartizioni geografiche	Caseifici e centrali del latte	Stabilimenti di aziende agricole	Stabilimenti di enti cooperativi agricoli	Centri di raccolta	Totale
<b>Nord</b>	443	47	438	40	970
<b>Centro</b>	128	9	30	13	181
<b>Mezzogiorno</b>	822	25	53	25	925
<b>ITALIA</b>	<b>1393</b>	<b>81</b>	<b>521</b>	<b>78</b>	<b>2076</b>

Fonte: Rielaborazione su dati ISTAT.

L'esperienza quotidiana del vasto e variegato mondo del latte e dei formaggi offre in realtà prospettive di analisi diverse: la complessità del comparto è dovuta essenzialmente al suo "bipolarismo", che trova corrispondenza anche a livello geografico. Da una parte le grandi aziende, allevamenti e industrie di trasformazione, destinati a crescere sempre di più per restare sul mercato e concentrati nelle aree di pianura ad agricoltura intensiva, ben collegati o vicini ai grandi bacini di consumo rappresentati dai poli urbani; dall'altra piccole o addirittura microscopiche realtà che crescono numericamente, occupando nicchie di mercato a loro confacenti – talora decisamente redditizie – e giocando un ruolo preciso nello sviluppo del territorio, soprattutto collinare, montano o di aree interne (Pagliarino *et al.*, 2011)<sup>11</sup>. Il comparto lattiero caseario è dunque un "ibrido", anche e soprattutto per la statistica: a metà tra l'Agricoltura e la Zootecnia da una parte, e l'Industria e i Servizi dall'altra, cioè a metà tra i due grandi settori di riferimento per i Censimenti nazionali.

<sup>10</sup> Martino Cassandro, Marcello Mele, Erminio Trevisi, *Sicurezza e tracciabilità nei sistemi di produzione del latte*, Aracne Edizioni, Roma, 2010, pp. 9-11.

<sup>11</sup> Elena Pagliarino, Sara Pavone, Sergio Marzullo, Giuseppe Calabrese, *La filiera lattiero casearia piemontese di fronte alla crisi: imprese best performances e politica di sviluppo rurale*, in Atti della XXXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Torino, 15-17 Novembre 2011.

L'indagine sulla **dimensione occupazionale** del settore non può non tener conto di questa sua duplice composizione. Partiamo dalle rilevazioni di base: stando ai dati per il 2012, il comparto lattiero caseario nazionale occupa 43677 persone. Il Censimento Generale dell'Industria e dei Servizi offre informazioni sull'età e sulla tipologia contrattuale relativa alle tre classi di occupati rilevate: Dipendenti, Indipendenti ed Esterni. La classe di età più popolata per quanto riguarda il settore è quella dai 30 ai 40 anni, che conta il 60% degli impiegati. Sempre dalla tabella si evince come il 70% dei dipendenti presti servizio nelle aziende casearie come operaio, a fronte di una forza lavoro "indipendente" che conta per il solo 10% del totale (4644 unità). Passando alla disaggregazione dei dati in base alla variabile sesso, il dato più evidente si ricollega sempre alla forza lavoro dipendente, costituita dalle donne per il 28.4% del totale. Tra gli indipendenti, la quota di lavoro femminile si aggira sulla stessa percentuale: 27%. Il dato è un po' più basso per la categoria Esterni: solo il 20% (**Tabella 2.1.2**).

**Tabella 2.1.2** - Occupati del settore lattiero caseario. Dipendenti, Indipendenti ed Esterni. Anno 2012.

Occupati nel settore lattiero caseario Italia 2012	Dipendenti	Indipendenti	Esterni	Totale
<b>per classi di età</b>				
15anni e più	38406	4644	627	<b>43677</b>
15-29 anni	5876	340	50	<b>6266</b>
30-49 anni	23644	2442	231	<b>26317</b>
50 anni e più	8886	1861	346	<b>11093</b>
non indicato	0	1		
<b>per tipologia contrattuale</b>				
dirigente	453	-	-	
quadro	696	-	-	
impiegato	8113	-	-	
operaio	28098	-	-	
apprendista	846	-	-	
altro dipendente	200	-	-	
<b>per sesso</b>				
M	27488	3386	490	<b>31364</b>
F	10918	1257	137	<b>12312</b>
Non indicato		1		<b>1</b>
<b>Totale</b>	<b>38406</b>	<b>4644</b>	<b>627</b>	<b>43677</b>

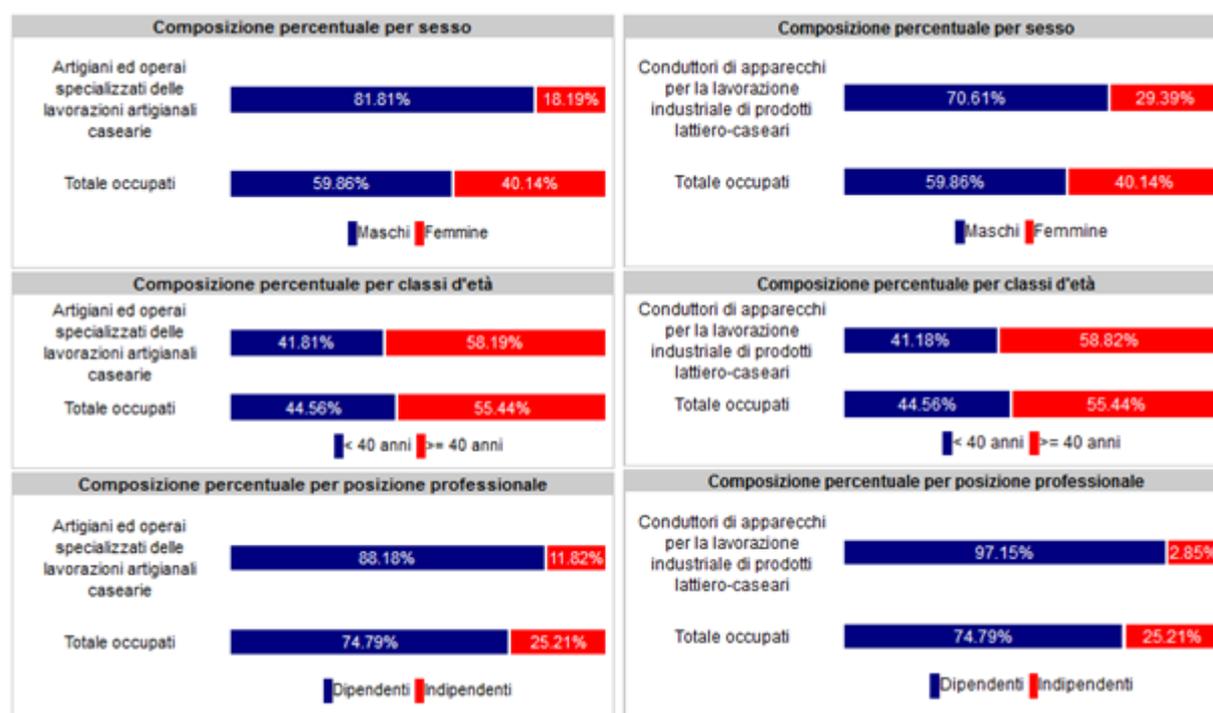
Fonte: Rielaborazione sui dati del 9° Censimento Generale dell'Industria e dei Servizi, ISTAT, 2012.

Ma la "bipolarità" del settore viene messa meglio in evidenza dalla *Rilevazione Continua sulle Forze Lavoro*, con la quale l'ISTAT distingue le due dimensioni del lavoro nel lattiero caseario, cioè quello relativo al mondo dell'artigianato (corrispondente alla produzione casearia più "di nicchia"), e quello relativo al mondo dell'industria. Alla categoria 6 delle Unità Professionali,

cioè quella degli *Artigiani, operai specializzati e agricoltori*, nella sottocategoria *Artigiani e operai specializzati delle lavorazioni alimentari*, si ritrova la voce *Artigiani ed operai specializzati delle lavorazioni artigianali casearie*, che comprende le professioni che lavorano e trasformano latte di varia provenienza per produrre panna, burro, formaggi freschi e stagionati ed altri prodotti caseari (**Figura 2.1.3**). Gli operatori dell'industria lattiero casearia vengono invece ricondotti all'Unità Professionale *Conduttori di impianti e operai semi-qualificati di macchinari fissi e mobili*, nella sottocategoria *Operai addetti a macchinari fissi per l'industria alimentare*, ulteriormente scomposta rispetto al ruolo di *Conduttori di apparecchi per la lavorazione industriale di prodotti lattiero caseari*, cioè di coloro che conducono impianti e macchinari per la lavorazione industriale di prodotti lattiero caseari, per centrifugare, pastorizzare, concentrare il latte, fermentarlo, cagliarlo, per produrre burro, panna, latticini, formaggi freschi, per stagionare formaggi e per lavorazioni e produzioni simili.

Il confronto dei grafici nelle **Figura 2.1.3** offre una visione del rapporto artigiano-industria nel biennio 2008-2010, sempre in relazione alle variabili sesso, età e posizione professionale degli operatori.

**Figura 2.1.3** - Numero di occupati nella professione "Artigiani ed operai specializzati delle lavorazioni artigianali casearie"(migliaia di unità). Media dati anni 2008-2010.



Fonte: Rilevazione Continua sulle Forze Lavoro, ISTAT, 2012.

Si apprende così che il settore è composto da una percentuale media maschile del 59.86%, mentre la presenza femminile nel settore si attesta su una media percentuale del 40.14%. Una situazione di quasi parità numerica dunque, che non trova però conferma nelle specializzazioni produttive: gli

uomini rappresentano l'80% degli artigiani "caseari", le donne quasi il 19%; nell'ambito dell'industria, i conduttori specializzati di macchinari sono uomini quasi all'80%, donne al 29%.

Sia gli artigiani che gli operai specializzati hanno in maggior parte un'età superiore ai 40 anni, e prestano la loro opera come dipendenti: bassissima è in entrambi i casi la percentuale di operatori indipendenti, che si attesta sulla media dell'11.82% negli ambiti artigianali, addirittura al 2.85% nell'industria lattiero casearia.

Siano essi artigiani o operai specializzati, dipendenti o titolari, uomini o donne, i soggetti indagati in queste statistiche si trovano ad operare in un settore importante dell'economia agroalimentare, che stando al breve quadro delineato presenta punti di forza e debolezza per un'analisi SWOT così articolata:

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<b>FASE AGRICOLA</b>	Forte rilevanza economica della produzione	Presenza di vincoli legislativi e strutturali restrittivi, con impatto negativo sui costi
	Elevato livello di <i>know how</i> (management, tecnologia, genetica) degli allevamenti	Elevata frammentazione del sistema produttivo e forte disparità regionale e territoriale tra le tipologie aziendali
<b>INDUSTRIA DI TRASFORMAZIONE</b>	Elevata diversificazione della produzione casearia, legata ad una forte tipicità e alla continua innovazione di prodotto	Frammentazione del sistema di trasformazione, caratterizzato dalla presenza di numerose imprese dotate di impianti di modesta dimensione tecnica e economica
<b>PRODOTTO/FILIERA</b>	Elevata incidenza di riconoscimenti DOP e IGP	Problemi logistici connessi alla difficoltà di concentrazione dell'offerta in alcune aree svantaggiate
	Buon livello di integrazione verticale che si realizza in alcune realtà produttive	Elevato potere contrattuale della Grande Distribuzione
	Rispondenza di buona parte dei prodotti lattiero caseari ai nuovi stili di consumo alimentare orientati agli aspetti nutrizionali e salutistici, oltre che alla limitazione degli sprechi	Deficit di commercializzazione in termini di strategia di mercato, posizionamento del prodotto, marca

In conclusione, date queste caratteristiche strutturali, non si può prescindere da una riflessione sulle tendenze che stanno investendo il settore e sulla sua capacità reattiva, a partire dalla sfida che il mercato internazionale pone nei confronti dell'UE in conseguenza dell'aumento dei redditi pro-capite nei prossimi anni, della moderata crescita della popolazione e dell'inflazione. In virtù di questi elementi, infatti, ciò che si potrebbe prospettare nei prossimi anni è un andamento positivo dei consumi di prodotti agroalimentari. Naturalmente l'innalzamento dei redditi genera un innalzamento di quei consumi agroalimentari ad alto valore aggiunto, e fra questi il consumo di formaggi. In armonia con queste tendenze, il gioco della domanda e dell'offerta (che risente sempre più di una concorrenza nuova che viene dagli stessi ambiti dell'UE 27, per non parlare di Paesi come la Nuova Zelanda), chiede ai produttori di non essere soltanto soggetti della produzione, ma soggetti di mercato, forti della territorialità della materia prima prodotta e della eccellenza del prodotto finito in cui si destina la materia prima, il prodotto tipico, da non contraffare ma da far conoscere, da promuovere, da accompagnare sul mercato. Il mercato chiede dunque agli operatori di acquisire quest'ottica "strabica", che consente di guardare all'inizio e alla fine del prodotto lattiero caseario, lavorando per esprimere a pieno il valore socio - economico costantemente sottostimato del settore, e ciò a beneficio di un'intera economia nazionale e internazionale (Rossi, 2005)<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Angelo Rossi, *Il latte: mercato e prospettive*, in Atti del Convegno "Il latte italiano, quale futuro?", a cura della Coldiretti sezione di Parma e CLAL Consultancy and Market Research for Food and Dairy, Medesano, Luglio 2005.

## 2.2 I ruoli e le esperienze delle donne operanti nel lattiero-caseario

Il mercato dei prodotti agroalimentari è in forte evoluzione e importanti sono i cambiamenti che lo hanno interessato, soprattutto negli ultimi anni, a cominciare dalla variazione di obiettivi della Politica Agricola Comunitaria (Pac), i cui interventi non sono più rivolti, come in passato, a sostenere il reddito in agricoltura, ma sono stati indirizzati a favorire azioni di natura diversa, legate agli aspetti ambientali, alla produzione alimentare e all'offerta di servizi in agricoltura. Questo percorso, intrapreso dalla PAC già con la riforma del 1999 (Agenda 2000), si è sviluppato con l'ultima riforma approvata nel 2008 a conclusione dell'*Health Check*, cioè della procedura di verifica dello "stato di salute" della PAC, previsto dalla Riforma Fischler (2003) a completamento del processo di disaccoppiamento del sostegno.

Tale verifica ha individuato nella ristrutturazione del comparto lattiero caseario una delle sue sfide principali, e in questo quadro uno dei provvedimenti più significativi previsti dalle proposte della Commissione Europea è la rimozione, a partire dal 2015, delle quote di produzione del latte. Queste ultime rappresentano dal 1984 il principale strumento di politica agraria a governo del settore lattiero-caseario europeo, atto al mantenimento dei livelli di produzione e del prezzo del latte a livelli costanti.

Secondo le previsioni della verifica, tale intervento si tradurrà in un graduale riassorbimento dell'attuale eccedenza strutturale della produzione italiana di latte rispetto alle quote nazionali stabilite. Tutto ciò dovrebbe contribuire al contenimento delle oscillazioni dei prezzi che si registrerebbero in Italia per effetto della rimozione delle quote, anche se la crescente integrazione dei mercati e l'innalzamento dei livelli di produzione a cui tutti gli allevatori tenderanno non potrà non avere effetti rilevanti sulla dinamica dei prezzi alla stalla (Sckokai, 2008)<sup>13</sup>. Ciò che si potrebbe registrare sarà un ulteriore abbassamento dei prezzi di produzione del latte, che aggraverà la posizione commerciale della materia prima e dei derivati, *dato che in Italia da decenni la strategia del settore per contenere, mantenere, conquistare fasce di mercato è quella di ridurre i costi.*

*La guerra commerciale fra produttori si attua provando a offrire alla Grande Distribuzione lo stesso prodotto a qualche centesimo in meno. E questo è possibile perché il latte e i formaggi, almeno quelli industriali, sono considerati simili tra di loro, praticamente uguali, la qualità è attribuita a tutti e, quindi, a nessuno. Lo stesso approccio al mercato si va consolidando in questi mesi nel dibattito che gli addetti al settore alimentano da più parti: bisogna ridurre i costi, aumentando le produzioni sia per capo e sia per stalla, aumentando il numero degli allevamenti.*

---

<sup>13</sup> Paolo Sckokai, *La rimozione delle quote e il futuro della produzione di latte in Italia*, Agriregionieuropa, Anno IV, Numero 13, Giugno 2008.

*Per la verità c'è un'altra timida proposta che affiora qua e là e che sembrerebbe andare nella direzione opposta: aumentare la qualità (Rubino, 2013)<sup>14</sup>.*

Come accennato nel precedente capitolo, la sfida che il nostro Paese dovrà affrontare sarà proprio cercare di mettere in atto strategie adeguate per rafforzare il potenziale **vantaggio competitivo** derivante dalla produzione di latte di qualità per la trasformazione in prodotti di qualità, i quali predominano nettamente la produzione casearia nazionale, ma sono minacciati dalle politiche della grande distribuzione.

In questo contesto assume particolare importanza il ruolo degli operatori del settore, la cui formazione e qualificazione è una delle priorità di intervento individuata nell'ambito *dell'Health Check* (Rete Rurale Nazionale, 2013)<sup>15</sup>. La promozione del valore delle produzioni casearie, e quindi l'identificazione del loro vantaggio competitivo, passa infatti dalla consapevolezza e dalla capacità "narrativa" di tutti gli attori della filiera lattiero-casearia.

Tra questi, sempre maggiore importanza vanno rivestendo le donne, il cui impegno nel settore agroalimentare è oggi ampiamente quantificato: secondo le ultime stime del sindacato di categoria Flai Cgil, sono circa 650.000 le donne occupate oggi nel settore agro-alimentare italiano, cioè circa il 36% del totale degli addetti. Di queste 650.000 donne, circa 400.000 lavorano in agricoltura e le restanti 250.000 nelle aziende di trasformazione dei prodotti agricoli, tra le quali spiccano quelle dedite alla raccolta e trasformazione del latte; seguono i settori dell'orto-frutta e degli ortaggi, della produzione di pasta e dolci, dei prodotti da forno e per pasticceria, della macellazione e della conservazione delle carni.

A completamento di questi dati, alla fine di settembre 2013 l'Osservatorio per l'Imprenditoria femminile di Unioncamere ha registrato 15635 imprese a conduzione femminile, su un totale di 64244 imprese appartenenti alla categoria dell'industria alimentare<sup>16</sup>. Per il solo comparto lattiero caseario risultano registrate presso le Camere di Commercio 16199 imprese femminili, così suddivise secondo la classificazione dell'attività economica *Ateco 2007* (**Tabella 2.2.1**):

---

<sup>14</sup> Roberto Rubino, *Il mercato del latte oltre le quote latte, tra tentativi vacui e necessità di diversificare*, Qualeformaggio.it, 19 Novembre 2013.

<sup>15</sup> Direzione Generale dello Sviluppo Rurale, Infrastrutture e Servizi, *Ristrutturazione del settore lattiero-caseario*, Contributo tematico per l'aggiornamento del PSN, Rete Rurale Nazionale, Programma 2007-2013.

<sup>16</sup> <http://www.imprenditoriafemminile.camcom.it/P42A0C0S806/Osservatorio-imprenditoria-femminile.html>

Tabella 2.2.1 - Imprese femminili del comparto lattiero caseario, per suddivisione di attività ATECO 2007. Anno 2013.

Divisione ATECO 2007	Sottocategorie e classi	Imprese femminili registrate	Totale delle imprese	% delle imprese femminili sul totale
FASE PRIMARIA A) Agricoltura	<b>01) Coltivazioni agricole e produzione di prodotti animali</b>			
	01.4) Allevamento di animali	840	4463	18.82
	01.41) Allevamento bovini da latte	9.409	42.842	21.96
	01.42) Allevamento altri bovini e bufalini	511	1824	28.01
	01.45) Allevamento ovini e caprini	4.503	20.195	22.29
FASE SECONDARIA C) Attività Manifatturiere	<b>10) Industria alimentare</b>			
	10.51) Industria lattiero casearia	41	371	11.05
	10.511) Trattamento igienico del latte	28	227	12.33
	10.512) Produzione dei derivati del latte	718	3.688	19.46
	10.52) Produzione di gelati	69	262	26.33

Fonte: Rielaborazioni su dati Unioncamere, settembre 2013.

Dalla tabella si evince come le imprese femminili siano maggiormente presenti nella fase primaria del settore, quella relativa all'allevamento, anche se la partecipazione si attesta su una percentuale media (22.7%) di dieci punti più bassa rispetto alla tendenza generale del comparto agricolo (33%<sup>17</sup>). Le regioni a maggiore incidenza di imprese femminili nelle sottocategorie considerate sono la Sicilia (25.639 unità) e la Campania (24.043).

Per quanto riguarda la fase di trasformazione, la sottocategoria più popolosa è proprio quella relativa alle lavorazioni casearie, il cui dato è comunque irrisorio se confrontato con il numero delle imprese maschili a conduzione femminile. Nella fase secondaria, infatti, la media di imprese femminili si attesta su una percentuale del 17% sul totale delle imprese casearie. Queste ultime risultano inoltre concentrate in Campania e Puglia, dove la sottocategoria ATECO "Produzione di derivati del latte" annovera rispettivamente 209 e 119 unità produttive<sup>18</sup> "rosa".

La statistica rileva dunque una scarsa presenza della componente femminile tra la forza lavoro dipendente e indipendente del settore lattiero caseario, ma questo, a mio avviso, non giustifica il fatto che il contributo delle donne venga ampiamente sottostimato: come si può constatare dall'analisi svolta nel precedente paragrafo, le statistiche nazionali forniscono qualche cifra sul tenore occupazionale del lattiero caseario, ma il livello di dettaglio delle rilevazioni si ferma alle variabili principali. In particolar modo, non esistono studi che rielaborino e approfondiscano l'argomento "lavoro" nel settore caseario, esplorandone la questione di genere.

<sup>17</sup> Micaela Conterio et al., *L'universo femminile in agricoltura. Una preziosa risorsa*, INEA, 2013.

<sup>18</sup> <http://www.imprenditoriafemminile.camcom.it/P42A0C0S806/Osservatorio-imprenditoria-femminile.html>

Nulla ci è dato sapere dunque sulla dislocazione territoriale delle operatrici del settore, sul loro livello di istruzione, sulle motivazioni che le spingono ad entrare nel settore e sulle caratteristiche delle loro unità produttive.

La carenza di questi dati pone un serio problema di sottovalutazione di una quota consistente di capitale umano e sociale, il cui contributo alle sorti del sistema è pressoché ignoto: se il suo valore fosse dunque rilevante, o meglio, determinante, visti gli obiettivi del settore?

Da questa ipotesi nasce dunque l'esigenza di un'indagine sulla presenza e sui reali ruoli delle donne nel comparto lattiero caseario, indagine che in mancanza di dati statistici collettivi e rielaborati, è stata condotta tramite uno strumento mutuato dalla ricerca sociologica: il questionario. Quest'ultimo è una delle tecniche per la "rilevazione diretta" dei dati, che quindi ha come unicità di rilevazione la persona individuata come "fonte di informazione", cioè portatrice delle conoscenze necessarie. Naturalmente la contrapposizione tra ciò che si vuole indagare e conoscere e le risposte fornite alla domande ha sempre una dose di arbitrarietà: le informazioni ricevute tramite il questionario per l'intervista diretta sono ovviamente soggettive, nel senso che seguono il percorso mentale del soggetto interrogato, ma entro certi limiti possono ritenersi rappresentative. È quindi importante la scelta dei soggetti a cui sottoporre le domande, al fine di connotare il campione della massima rappresentatività rispetto al fenomeno (De Rose, 2003)<sup>19</sup>: in questo caso la scelta è ricaduta su 17 operatrici del settore lattiero caseario, provenienti da imprese che per dimensioni e *core business* fossero rappresentative della struttura produttiva nazionale, come visto variabile dalla produzione artigianale e delle zone marginali, fino a quella delle industrie di trasformazione.

La ricerca ha inoltre riguardato sia le produttrici e titolari di aziende zootecniche e/o casearie, sia le studiose del settore: vasto e variegato è infatti il mondo delle professionalità che ruotano intorno al formaggio, così come attorno ad ogni prodotto agroalimentare. Indagare il ruolo delle donne del settore equivale dunque ad ascoltare la voce del mondo produttivo, della trasformazione, ma anche della tecnica e dell'informazione, di tutte quelle dimensioni cioè che compongono il valore del comparto e che la costituenda associazione mira a mettere in rete, facendo della loro interattività il suo principale obiettivo statutario.

Il questionario è stato somministrato sotto forma di intervista "strutturata", metodo di intervista qualitativo affiancato da quello dell'intervista semi strutturata e non strutturata che, al contrario di questi ultimi strumenti, articola le domande secondo uno schema preciso, rappresentando una sorta di mediazione tra l'approccio quantitativo e l'approccio qualitativo tipici della ricerca sociologica. L'intervista strutturata, svolta in questo caso per via telematica o tramite dialogo personale e telefonico, è dunque una tecnica "ibrida", che permette la raccolta di informazioni da un lato in modo standardizzato (le domande) e, dall'altro, in modo aperto e

---

<sup>19</sup> Carlo De Rose, *Che cos'è la ricerca sociale*, Carocci, Roma, 2003.

destrutturato (le risposte). Questa sua ambivalenza fa sì che l'intervista strutturata possa essere utilizzata quando si vuol procedere in modo standardizzato per ottenere risultati quantificabili e comparabili, ma nello stesso tempo la conoscenza limitata dell'argomento non consente l'utilizzo di un questionario a risposte chiuse (De Rose, 2003)<sup>20</sup>.

I quesiti fondamentali attraverso cui l'indagine si è svolta hanno voluto indagare le seguenti dimensioni del fenomeno:

- Tipologia di aziende/enti di ricerca nel quale l'intervistata presta la propria opera;
- Modalità, tempi e motivazioni dell'inizio del proprio percorso professionale nel settore lattiero caseario;
- Carriera condotta e ruolo attualmente svolto nell'azienda/ente di ricerca;
- Composizione femminile dell'organico aziendale e ruoli rivestiti dalle donne nell'organizzazione (ruoli, mansioni, esperienze passate e presenti).

A queste componenti fondamentali, perlopiù di carattere descrittivo, si sono aggiunte domande volte ad indagare l'opinione delle intervistate in merito ad argomenti più funzionali al progetto. A ogni protagonista è stato dunque richiesto un parere rispetto:

- Alla determinazione del *valore aggiunto* che le donne possono apportare al settore lattiero caseario nazionale, anche in riferimento a ciò che ognuna ha potuto constatare nel proprio contesto aziendale/di ricerca;
- All'individuazione delle maggiori *difficoltà* che una donna incontra per questo tipo di mestiere, e degli strumenti di tutela/promozione del lavoro femminile nel comparto;

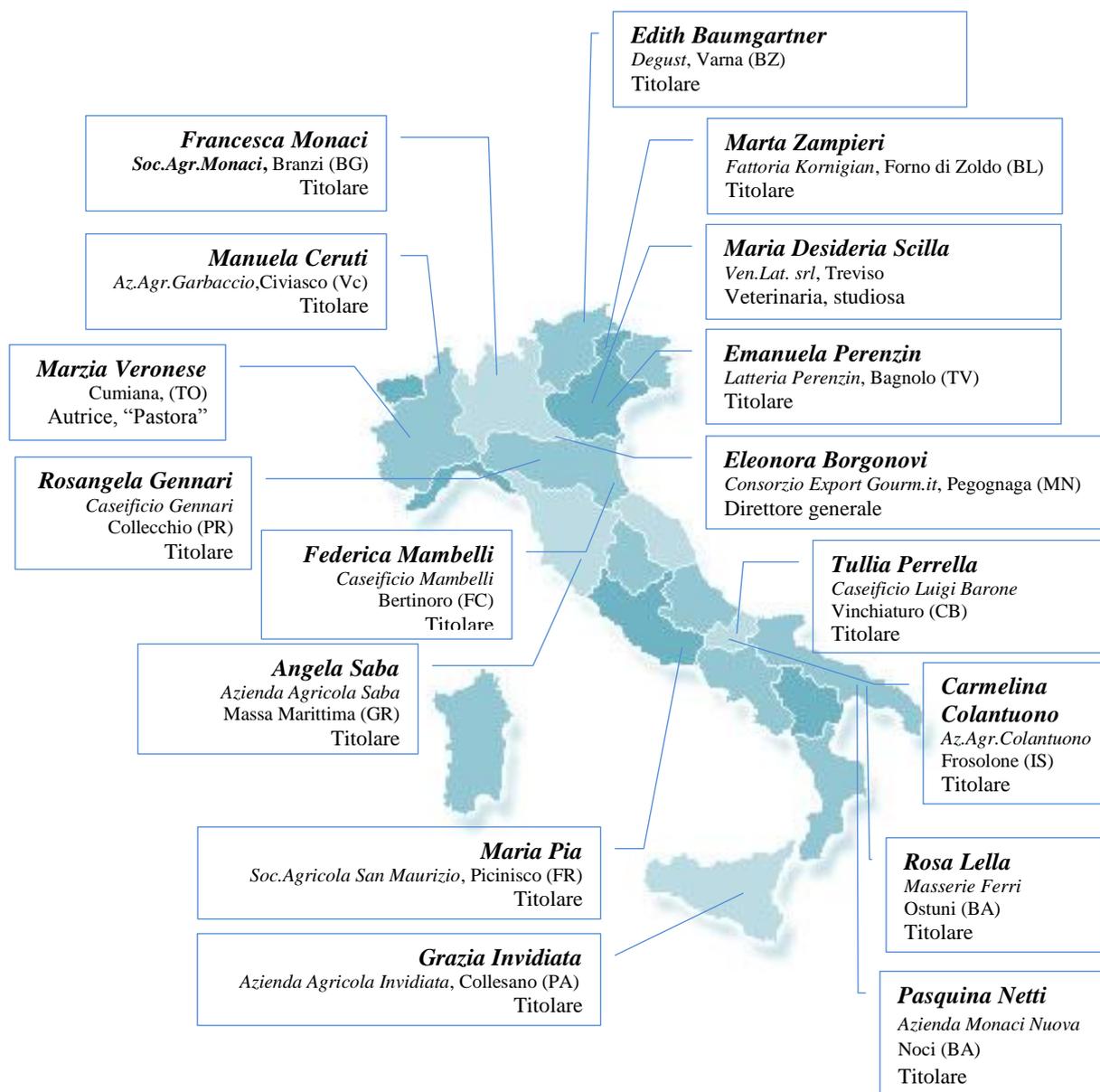
Come si evince dalla tipologia dei quesiti, la ricerca si è orientata in due direzioni: da una parte essa ha voluto mettere in luce i tratti caratteristici delle donne, in riferimento alle variabili non indagate nelle statistiche; dall'altra parte, essa è stata l'inevitabile punto di partenza per l'elaborazione del progetto su cui si basa il presente lavoro. Parola dunque alle protagoniste.

---

<sup>20</sup> Carlo De Rose, *Che cos'è la ricerca sociale*, Carocci, Roma, 2003.

2.2.1 Indagine su un campione di caseifici italiani: produttrici, tecniche, studiose si raccontano

## Donne del Latte



*Il percorso di raccolta delle testimonianze inizia dal Piemonte, una delle regioni italiane a maggiore vocazione lattiero casearia, che ben rappresenta la bipolarità tipica del comparto (Pagliarino et al., 2011)<sup>21</sup>. Iniziamo l'indagine dando voce a una produzione rappresentativa della dimensione artigianale e marginale del settore, quella del Macagn, Presidio Slow Food. Questo formaggio vaccino prende il nome dall'Alpe omonima, che si trova ai piedi del monte Rosa, a nord di Biella. Oggi si produce sulle montagne del Biellese e della Valsesia.*

*Come la maggior parte dei formaggi alpini, il Macagn deve la sua sopravvivenza a produttori eroici, che hanno fatto della natura e del rispetto della tradizione la loro ragione di vita. Tra questi **Manuela Ceruti**, 34 anni, titolare insieme al marito dell'Azienda Garbaccio sita a Civiasco (VC), in Valsesia. Tra i protagonisti del progetto Slow Food "Resistenza Casearia", Manuela ci racconta la sua esperienza di Donna del Latte: "Ho cominciato a lavorare presso l'azienda di mio marito circa due anni fa, ma ho cominciato a salire in alpeggio già nel 2007 (la produzione aziendale nei mesi estivi viene effettuata in alpe, presso l'Alpe Lincée, proprietà della Famiglia Garbaccio da 70 anni, n.d.r.). Mi sono laureata in Economia Politica presso la facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Pavia, dove ho avuto modo di avere un'influenza culturale nel ramo della Sociologia. L'aspetto socio-culturale della vita economica mi ha sempre appassionato, e forse è per questo che nel lavoro agricolo ho riconosciuto un senso reale a tutto ciò che attraverso i libri sembrava avesse solo un'espressione puramente filosofica, astratta, idealista; così quando ho sentito il primo discorso di Carlo Petrini ho capito di essere sulla strada giusta. Attraverso il piccolissimo ruolo economico che ricopro sento di far parte di qualcosa di molto più grande, da cui deriva qualcosa che ha un valore sociale, culturale ed economico. In azienda mi occupo alternativamente insieme a tutti i membri della famiglia della parte produttiva, commerciale ed amministrativa, con tutto ciò che ne consegue. Sono anche madre di due bimbi ed essere una famiglia "agricola" rende tutto ancora più coinvolgente. Il lavoro che svolgo attualmente mi gratifica a 360° poiché in ogni momento della mia giornata ho modo di esprimere tutta me stessa con passione". Manuela è dunque una figura centrale dell'azienda, assieme alla suocera, anima della tradizione produttiva: "Mia suocera ed io ci occupiamo principalmente degli animali e del loro benessere; lavoriamo il latte e cerchiamo a tempo perso di occuparci delle mansioni prettamente casalinghe. È stata lei la mia vera maestra, ed è stata soprattutto lei a dimostrarmi come la donna abbia dentro di sé un legame profondo con la vita, e tutto questo ha che vedere con il lavoro del settore lattiero caseario: nell'arco di una stagione estiva ripeterò almeno*

---

<sup>21</sup> Elena Pagliarino, Sara Pavone, Sergio Marzullo, Giuseppe Calabrese, *La filiera lattiero casearia piemontese di fronte alla crisi: imprese best performances e politica di sviluppo rurale*, in Atti della XXXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Torino, 15-17 Novembre 2011.

*cento volte che senza la nonna saremmo persi, cerco di imparare da lei tutto ciò che mi è possibile e soprattutto cerco di ascoltarla perché non vada perso un bagaglio insostituibile di cultura nel lavoro”.*

Lo sguardo diretto e vissuto di produttrice, affiancata da una Donna del Latte storica, porta Manuela ad affermare come *“A mio avviso il ruolo delle donne nel comparto è fondamentale, ma è necessario innanzitutto che le donne riconoscano a se stesse tutte quelle attitudini femminili che la società moderna cerca di reprimere o peggio di sfruttare per scopi che nulla hanno a che vedere con il nostro benessere. La pazienza, la capacità di organizzare le mille sfaccettature che la vita quotidiana in un’azienda agricola presenta, la lungimiranza e con il tempo la saggezza di valutare le variabili legate all’evolversi della natura sono le nostre caratteristiche peculiari. Il nostro naturale senso materno ci porta ad avere cura nei dettagli naturali della vita”.* Altrettanto chiara è la visione di Manuela riguardo alle difficoltà che questo mestiere pone innanzi alle donne *“Le donne lasciate sole sono in difficoltà. Questo è un lavoro “di squadra” ognuno ha il suo ruolo, ma se la donna deve necessariamente occuparsi della famiglia le fasi della produzione rischiano di avere lacune difficilmente colmabili. Credo sia necessario un maggiore sostegno alla famiglia in generale, ma in quella agricola si sommano problematiche specifiche che raramente si conoscono. Queste sono legate ad esempio al fatto che la sede della famiglia coincide anche con la sede del lavoro stesso, e un’azienda agricola difficilmente è vicina al centro abitato. Dare risalto e valore etico al ruolo della donna in un’azienda agricola potrebbe essere d’aiuto, ma in molte aziende soprattutto nuove si è “saltata la generazione”: noi, ad esempio, viviamo con tre generazioni in casa e ne consegue che anche la gestione dei figli e della casa viene ripartita in modo naturale tra tutti come si usava nelle famiglie del passato. Oggi sono necessari servizi che vadano a compensare la mancanza di uno di questi ruoli”.*

Manuela inizia la sua esperienza di Donna del Latte per scelta, dopo l’incontro con il marito. È interessante constatare però, riguardo al suo rapporto con l’associazionismo, come sia stata proprio un’associazione a indicarle la strada: *“La svolta che mi ha portato a partecipare in modo continuativo e decisamente più attivo al lavoro agricolo è arrivata quando in modo del tutto casuale mi sono accostata a Slow Food. Il Macagn è presidio da molti anni, ma quando ho avuto modo di approfondire le tematiche che tracciano le linee guida dell’etica intorno alla quale si muove il mondo di Slow Food mi sono lasciata completamente coinvolgere. Reputo il ruolo di queste associazioni particolarmente determinante per il nostro settore: quando partecipo ad una manifestazione di respiro nazionale o internazionale come Cheese, una delle parti che preferisco è ad esempio lo scambio di vedute che c’è tra produttori. Sarebbe fantastico se questo scambio avvenisse tra produttrici perché sicuramente le problematiche sono comuni, ma le soluzioni posso essere molto diverse tra loro e un confronto tra noi ci aiuterebbe”.*

A Manuela Ceruti fa eco un'altra voce del lattiero caseario "donna" nel Settentrione d'Italia. Si tratta di **Francesca Monaci**, 27 anni, produttrice di Formai De Mut in alta Val Brembana, nonchè presidente del Consorzio dei produttori di questo storico formaggio. Ci spostiamo dunque in Lombardia, dove Francesca ha alle spalle una lunga tradizione produttiva di famiglia, della quale le donne e la formazione professionale sono divenute il tratto distintivo. L'Azienda Agricola Monaci sorge nel territorio di Branzi, lontano dalle paure di una quotidianità e di una società a rischio contaminazione. Pur essendo "nata" in azienda, il rimanervi è stato per Francesca una scelta: *"Sento innata la passione per il mondo della produzione, ma a questa ho voluto abbinare una formazione che mi permettesse di diventare una professionista: da tecnico agrario mi sono laureata presso l'Università di Milano, Facoltà di Veterinaria, in un corso specialistico che riguardava proprio le tecniche di produzione e trasformazione del latte. Sono rientrata in azienda, e mi occupo della produzione, mentre mia madre e mia sorella si occupano della stagionatura e della vendita. Mio fratello, mio padre e mio zio curano l'allevamento. Gli sforzi tra maschi e femmine sono dunque equamente ripartiti, ma questo mestiere ha un peso diverso per una donna, perché ad esso si somma il mestiere di madre. Non è poi un mestiere agevole data la totale mancanza di spazi di libertà: i ritmi sono dettati dalla natura e dagli animali, bisogna sottostare. Ripeto, solo l'amore per quello che faccio mi spinge a farlo, ma imparando questo mestiere ho capito quanto esso ti sappia restituire ciò che nella vita più conta, con un principio meritocratico: se ti sei impegnato come la natura richiedeva, essa ti restituisce un benessere non apparente, ma vero, duraturo. Questo per le donne è particolarmente gratificante, perché è ciò che rimane dopo esserti battuta per vederti riconosciuta una professionalità in cui credi. Per me anche la presidenza del Consorzio, che pure occupa metà delle mie giornate, è in tal senso un grandissimo risultato"*. L'esperienza nel Consorzio sta dando a questa giovane produttrice un modo di aprirsi al mondo, alla comunicazione, agli eventi. Sempre presente nelle fiere e nei convegni, Francesca afferma come *"la socialità è sicuramente importante, e qualora sia così sacrificata come nel mio caso, gli ambienti associazionistici possono forse aiutare ad esplicitarla al meglio, incentivando per esempio la comunicazione telematica tra le tante che non riescono a ritrovarsi fisicamente. Credo in una cooperazione tra professioniste che punti sull'organizzazione e sulla partecipazione ad eventi fieristici e culturali, ma anche sulla formazione, tramite la promozione di corsi professionali nel quale possiamo ritrovarci e mettere in comune problematiche e soddisfazioni"*.

Rimanendo in Lombardia, un'altra voce interessante da ascoltare è quella di **Eleonora Borgonovi**, "Donna del Latte" la cui testimonianza è rappresentativa dell'impegno femminile nell'ambito consortile/cooperativistico, che caratterizza ampiamente la filiera lattiero casearia in questa area d'Italia. In particolare, il Consorzio GOURM.IT, sito a Pegognaga (MI), è un consorzio

di produttori di formaggi italiani che si occupa esclusivamente di esportazioni. Eleonora collabora con Gourm.it dal 2005: *“Ho iniziato a lavorare come assistente marketing durante il percorso di studi universitari in lingue, per approfondire tematiche legate alle relazioni commerciali con i Paesi esteri. All’epoca ho conosciuto il progetto di Consorzio Export 3p.it/Gourm.it, che mi ha dato la possibilità di fare esperienza nel campo delle esportazioni, coltivando allo stesso tempo la mia passione per i formaggi, già maturata nell’ambito di un progetto Erasmus svoltosi nella Franche-Comté nel 2003. Ho visto nascere il Consorzio, e dal 2005 ne sono il direttore generale. Mi occupo di coordinare le attività commerciali, logistiche e promozionali, gestendo il processo di internazionalizzazione delle aziende associate e la pianificazione degli obiettivi commerciali, le attività commerciale con i clienti esteri, il sourcing di prodotti agroalimentari italiani destinati all’export, le relazioni con le aziende associate e i fornitori italiani, oltre che la partecipazione agli eventi fieristici”*.

L’impegno delle donne in Gourm.it è rilevante: otto su un organico di undici persone, tutte si occupano del *core business* aziendale, che risiede nei settori *marketing* e commerciale, ordini e logistica, amministrazione e contabilità. Avendo avuto la possibilità di lavorare a stretto contatto con numerose aziende produttrici, nonché in un ambiente lavorativo al femminile, la dottoressa Borgonovi ha dunque avuto modo di constatare personalmente il ruolo che le donne ricoprono nel mondo della produzione e commercializzazione di prodotti lattiero caseari. Ce lo descrive così: *“buona parte delle aziende con cui collaboro sono a conduzione familiare e vedono le donne impegnate in mansioni che vanno dalla produzione alla gestione, prevalentemente in posizioni di controllo. A differenza di quanto forse avveniva in passato, il ruolo femminile viene oggi percepito come garanzia di professionalità, serietà, precisione, competenza”*.

*“Duole constatare che in ambito nazionale registriamo ancora oggi una scarsa considerazione di importanti figure femminili con alto profilo professionale nel settore agroalimentare in genere. Questo fenomeno va certamente inquadrato in un contesto settoriale italiano, caratterizzato da un sistema distributivo tradizionale arretrato, ed una logistica particolarmente complessa, che spesso vede professionisti scarsamente qualificati che operano in posizioni di rilievo. Per quanto concerne gli strumenti di tutela, ritengo personalmente che le donne stiano promuovendo e tutelando sé stesse attraverso il lavoro costante e competente, conseguendo risultati importanti anche in contesti estremamente complessi. Non vedo con favore gli strumenti di tutela che partono dal presupposto che le donne necessitano di un aiuto supplementare, poiché lavoro ogni giorno con donne forti, in ruoli di comando, che hanno costruito la propria posizione su basi di forte impegno, passione e alta formazione”*.

Eleonora è una Donna del Latte che ha dalla sua una forte esperienza nell'ambito associazionistico, mossa da una passione inarrestabile per la cultura dei formaggi, che l'ha portata ad essere *Garde et Juré* della *Guilde Internationale des Fromagers* e *Maestro Assaggiatore ONAF*. *“Personalmente trovo l'associazionismo molto utile ai fini della cooperazione tra aziende e del rafforzamento di un sistema Paese di settore. Ritengo che le associazioni che operano selezionando i propri membri sulla base delle competenze professionali, offrendo formazione di alto livello, consentano di esportare un'idea di paese unito ed organizzato che giova sensibilmente all'economia italiana. Anche in questo contesto noto sempre più il ruolo di primaria importanza di figure femminili che vivono con massima serietà, impegno e rigore la propria posizione”*.

Manuela, Francesca ed Eleonora ci hanno offerto una bellissima panoramica sulle produzioni artigianali. Continuando a percorrere l'Italia Settentrionale, ci dirigiamo in Veneto dove incontriamo un'altra Donna del Latte, la cui ottica deriva dall'esperienza di titolare in una classica piccola-media azienda molto strutturata, fortemente innovatrice nella produzione ma ferma nella qualità territoriale delle materie prime, dei processi e non solo.

*“Il mio compito da bambina era quello di riempire le bottiglie dei clienti con il latte che arrivava in caseificio”*: è iniziata così l'esperienza di **Emanuela Perenzin**, terza generazione della *Latteria Perenzin*, storica azienda di produzione del trevigiano specializzata nella produzione di formaggi tradizionali ma leader in Italia per la produzione di formaggi caprini biologici e affinati. In collaborazione con il marito Carlo Piccoli, co-titolare della storica impresa, Emanuela ha intrapreso da un paio di anni un percorso interessante di valorizzazione della propria struttura tramite l'apertura del locale *PER*, acronimo di *Percorsi Enogastronomici di Ricerca*, che riunisce *Cheese-shop*, *Cheese-bar* e ristorante in un format aziendale molto innovativo e di grande successo.

*“Sono entrata operativamente in azienda una volta conseguito il diploma di ragioneria, e mi sono sempre occupata di contabilità ed amministrazione. Sono socia per il 50% delle quote e presidente della società. Il nostro organico aziendale è composto da cinque uomini e dieci donne. Gli uomini sono addetti essenzialmente alla produzione, le donne sono invece impegnate nei reparti di confezionamento, commercializzazione e negli uffici amministrativi. Il lavoro in caseificio è faticoso dal punto di vista mentale e fisico, per cui la forza maschile in questo tipo di ruoli ha sempre prevalso, e continua in un certo modo a prevalere. Non credo che l'essere donna di per sé migliori il lavoro in un'azienda lattiero casearia, se non per il fatto che noi siamo più metodiche e precise, e forse naturalmente più portate all'ordine ed all'igiene”*.

L'azienda di Emanuela è sempre stata particolarmente sensibile alle proposte delle diverse associazioni del campo agroalimentare, sia dal canto della formazione (diversi sono i corsi

frequentati da Emanuela e Carlo nell'ambito di quelli promossi da Slow Food e ONAF), sia dal canto delle iniziative di promozione dei prodotti: la Latteria e PER ospitano di sovente eventi, degustazioni, convegni firmati dalle varie organizzazioni locali e nazionali, volti alla sensibilizzazione dei consumatori - clienti, che puntualmente si mostrano interessati e notevolmente partecipi rendendo il caseificio luogo di convivialità e scambio culturale unico ed esemplare nel panorama delle aziende casearie italiane.

*“Le donne nel mondo del latte hanno una presenza rara, ma ho constatato personalmente quanto le loro produzioni siano meravigliose dal punto di vista dell’innovatività e della ricerca di un profilo organolettico gradito ai propri consumatori. È questo che costituisce il nostro vero valore di produttrici e imprenditrici, portatrici di una visione di impresa certamente non tesa ai grandi numeri dell’industria, ma alla salvaguardia di saperi e tradizioni da valorizzare su un orizzonte più vasto”.*

Del tutto diversa è l’esperienza di un’altra Donna del Latte, **Marta Zampieri**. Anche lei veneta, 39 anni, con alle spalle una brillante carriera di ingegnere idraulico e una vita tranquilla a Motta di Livenza: *“il richiamo della montagna ha prevalso su tutto e mi sono stabilita qui tra i monti dello zoldano (Val Zoldana, in provincia di Belluno). In realtà la mia esperienza nel settore è iniziata “per sbaglio”, in maniera casuale: abitavo appunto in montagna, dove la signora che gestiva la malga che ho attualmente rilevato allevava capre. Io e il mio compagno le davamo una mano per hobby, e nel periodo della BSE, quando il prezzo del fieno arrivò alle stelle, iniziammo ad occuparci anche della cura dei suoli per lo sfalcio. Alla cessazione dell’attività di quella coraggiosa allevatrice, e nel culmine della mia carriera, ho scelto di trasferirmi permanentemente a San Zoldo per allevare capre. Ripeto, la mia non è stata una scommessa ma una scelta di vita. Tutti mi credevano pazza, mi vedevano come la ragazzina benestante che si era messa ad allevare dieci capre per sfizio, per anticonsumo ostentativo: bene, oggi allevo 64 capre e tessendo il pelo di questi animali, ho creato il marchio Kornigian Cashmere, con il quale commercializzo gli indumenti che confeziono. Ho rilevato un proprietà di diversi ettari in un posto impervio, Cornigian, e lì allevo 50 galline, 50 caprette, 15 pecore nane. Fra un po’ inizierò ad allevare vacche: a luglio ho inaugurato la mia malga, dove produco il formaggio ed effettuo la somministrazione di pasti, elaborati con le materie prime prodotte insieme a mio marito. Visto che la montagna stuzzica la fantasia, mi sono messa infatti a coltivare piccoli frutti, in modo del tutto biologico, e ad allevare polli e galline da uova”.* Quella di Marta è dunque una scelta coraggiosa ma precisa: seguire la passione per gli animali e la montagna, e concretizzarla in un esperimento di impresa, la sua Fattoria Kornigian, di cui il latte e la sua lavorazione sono stati il vero motore. Una sfida meravigliosa e complessa, nella quale essere una donna fa la differenza: *“Le donne hanno*

*dalla loro parte una fantasia galoppante, che le aiuta soprattutto nei momenti di crisi: di fronte agli ostacoli e ai problemi, quali possono essere quelli relativi alle variabili tecnologiche della caseificazione, ad esempio, la capacità creativa le induce a risolverli senza dover ricorrere a supporti esterni, additivi, coadiuvanti. In un lavoro da sempre considerato di stampo maschile, abbiamo paura di sbagliare, è vero, perché sbagliamo a nostre spese, sentendo ancora di più il peso del giudizio negativo per aver intrapreso un'avventura che "lavorativamente" non ci competerebbe. Ma allo stesso tempo siamo alla ricerca di una formazione costante: quando ho intrapreso il mio percorso presso l'Accademia Internazionale dell'Arte Casearia<sup>22</sup>, ad esempio, ero l'unica donna in un gruppo di dieci uomini. Quel corso mi ha dato la carica: fare formaggio è diventata per me una droga, crea dipendenza, ma per viverci devi saperlo fare!*

*Se, da donna, impari a produrlo, ancora una volta una tua caratteristica innata ti verrà in aiuto: la pulizia. Le donne del settore vengono spesso definite "le farmaciste": è risaputo che la qualità del formaggio passa per la qualità del latte, che risiede nella pulizia: degli ambienti, degli animali, della persona. Nella maggior parte dei casi la cura che prestiamo a questi aspetti è massima, e massimizza quindi la bontà di quello che facciamo". Se in tutto ciò risiede il valore aggiunto delle donne alla filiera, l'ingegnere Zampieri non sdegnava di offrirci una prospettiva di analisi interessante sulle difficoltà per questo tipo di mestiere in zone particolari, quelle montane, "come quelle che vivo io, dove storicamente le produzioni casearie sono state connotate da una forte presenza maschile, e questo perché vi era necessità di lunghi spostamenti per le transumanze, di orari non compatibili con quelli della vita familiare. Tutto ciò era proibitivo per il lavoro femminile. A tutt'oggi, seppure siamo protagoniste della produzione, abbiamo bisogno di un supporto maschile in tutte le fasi della filiera: una donna può guidare un trattore, ma come imballa da sola il fieno? Ecco, io non vedo nell'impegno maschile una presenza antagonista rispetto al contributo femminile al settore. Credo anzi che, proprio per questo meccanismo di necessaria sussidiarietà, le imprese femminili siano ovvio motivo di occupazione per gli uomini, pur rimanendo invariate le peculiarità che rendono un'azienda casearia "rosa". In poche parole, noi creiamo occupazione!*

*Un'ulteriore difficoltà che ho potuto praticamente constatare è quella relativa all'accesso al credito: per le donne è minore, anche in Italia. Nonostante siamo i soggetti a più alta solvibilità bancaria, assolvendo tutti i nostri pagamenti spesso addirittura in contanti pur di non aver debiti pendenti, faticiamo ad ottenere prestiti ed agevolazioni se questi non sono supportati da garanzie*

---

<sup>22</sup> Organizzazione internazionale non profit, nata nel 2011 a Bagnolo di San Pietro di Feletto (TV) per volontà di un'altra associazione, quella delle Famiglie Rurali (AFR) "Sinistra Piave". In linea con gli obiettivi di quest'ultima (promozione di iniziative di volontariato internazionale, qualificazione e formazione professionale tramite corsi in Italia e all'estero), l'Accademia è uno dei pochi corsi professionalizzanti in Italia teso a promuovere il recupero degli aspetti legati all'Arte Casearia attraverso un percorso formativo – teorico pratico, con l'obiettivo di dare risposte significative al settore agricolo zootecnico che necessita di innovazione, trasformazione, multifunzionalità.

*a titolarità maschile, come quelle che sono state richieste anche a me. Ho visto addirittura aziende “rosa” doversi intestare ad un uomo, perché in sede di fatturazione questo significa la concessione di un pagamento a 60 giorni, piuttosto che nei 30 giorni richiesti alla piccola imprenditrice di turno. Lo trovo assurdo.”*

La testimonianza di Marta è preziosa non solo perché è quella di una produttrice casearia: *“Sono presidente della sezione CIA della provincia di Belluno, ho spesso a che fare con problematiche che riguardano il lavoro delle donne nell’agricoltura e nella zootecnia di montagna, è un mondo di cui faccio parte e sento mio. L’associazione Turismo verde, promossa dalla Cia, è a direzione femminile ed è una delle nostre attività a maggiore impegno delle donne, a dimostrazione della loro inclinazione alla multifunzionalità e multidisciplinarietà dell’agricoltura. Credo che anche l’associazionismo, per una donna, sia un fattore comportamentale connaturato: così come da madri cerchiamo di mettere pace tra i figli e gli altri membri della famiglia, così tendiamo a metter pace tra gli associati. Sappiamo mediare. Nella mia esperienza ho rilevato la tolleranza e l’inclinazione alla cooperazione di cui siamo capaci. Non nutriamo l’invidia del “trattore più grande”, come la chiamo io, e come l’ho potuta constatare coordinando agricoltori. Se una di noi ha un fattore produttivo, come ad esempio lo è il trattore, lo condivide e ne intuisce il potenziale di pubblica utilità. Credo fermamente nella cooperazione al femminile e un obiettivo in particolare mi starebbe a cuore raggiungere, nell’ambito del confronto istituzionale: vorrei che nelle aziende del comparto, a iniziare dalle cooperative di conferimento del latte, almeno 1/3 delle cariche amministrative fosse ricoperto dalle donne. Sia chiaro: negli altri settori dell’economia, ritengo una legge come quella delle quote rosa inutile, perché non meritocratica. La partecipazione femminile non deve essere imposta, né alla collettività, né alle stesse donne. Ma per il settore in cui operiamo, credo che l’inserimento negli organi sociali possa fungere da buon incentivo per quelle donne che hanno scelto questo duro mestiere, e che sentano di poter partecipare di più ai processi decisionali dell’impresa, non partecipandola come semplici socie. È un atto di fiducia più che dovuto nei loro confronti”.*

Marta Zampieri rappresenta dunque un esempio di consapevolezza e conoscenza di un settore rilevante del lattiero caseario italiano, quello relativo alle zone montane del Settentrione d’Italia, caratterizzato da produzioni quantitativamente più limitate, ma dal grande portato sensoriale e territoriale.

A Varna, in Alto Adige, queste produzioni diventano vere e proprie opera d’arte sotto l’egida di Hansi Baumgartner, ex cuoco stellato, soprannominato l’“orafo del latte”, pioniere e innovatore nell’affinamento dei formaggi. Nel 1995 Hansi fonda *Degust*, azienda che si propone di riscoprire, selezionare e affinare piccole produzioni casearie di “nicchia”, tutte caratterizzate da un

alto pregio qualitativo e organolettico, ma spesso difficilmente reperibili o addirittura a rischio di estinzione. Come lo stesso Baumgartner afferma spesso, nulla sarebbe stato di questa attività senza il supporto energetico e incondizionato della moglie Edith.

Proveniente da un'attività familiare alberghiera tra le più rinomate della zona, Edith è oggi tra le professioniste più affermate del settore caseario, e la sua esperienza è iniziata proprio affiancando il marito nell'attività di ristorazione, poi in quella del primo negozio *Delicatessen* in Val Pusteria, come lei stessa ci spiega: *“all’inizio pensavo che sarebbe stata solo una parentesi per me, e che presto sarei tornata al lavoro nel mio hotel, poi lentamente mi sono appassionata. Dopo la chiusura del ristorante, mio marito mi disse “diamo vita a Degust, creiamo una nuova azienda, solo io e te, io creo e cerco i prodotti, e tu mi aiuti nelle vendite e nell’amministrazione”. Da allora siamo cresciuti tantissimo...e ora non potrei fare altro nella mia vita! Non potrei mai più abbandonare il formaggio!”*

*“Ho studiato da segretaria, contabile, amministrativa: la preparazione migliore nell’ottica di rilevare l’attività di famiglia. In seguito ho seguito corsi alla scuola alberghiera per ottenere il diploma anche da barista e operatore di sala. All’inizio in Degust mi occupavo delle vendite dirette, gestivo gli ordini e per anni mi sono divisa tra il confezionamento, la logistica e l’amministrazione perché eravamo all’inizio e non potevamo permetterci troppo personale. Oggi mi occupo prevalentemente dell’amministrazione, della contabilità e del negozio per la vendita diretta e per le degustazioni. Abbiamo dieci dipendenti, di cui tre uomini e sette donne. Di esse, tre seguono l’affinamento, due sono preposte al confezionamento e alla logistica delle spedizioni, una si occupa della segreteria e del commerciale, un’altra del marketing e della comunicazione”.*

Sulle prerogative umane e professionali delle donne del comparto, Edith si esprime affermando che *“tra le qualità che ci contraddistinguono, al primo posto metterei la precisione: non che gli uomini siano poco precisi, ma le donne hanno un occhio diverso. Ad ogni modo non penso che ci siano grandi differenze, di sicuro un uomo pensa in un modo e la donna in un altro ancora, è bello lavorare insieme perché la stessa cosa la vedi fatta in due modi completamente diversi, pur raggiungendo lo stesso obiettivo. Questo è un settore più per gli uomini che per le donne, lo è sempre stato, ma noi possiamo fare le loro stesse cose in modi differenti raggiungendo insieme ottimi traguardi. Certo, le difficoltà in questo non mancano: personalmente non ne riscontro nell’attività di amministrazione e vendita, penso invece alle casare, alle donne che stanno su nelle malghe e negli alpeggi a fanno quei formaggi da più di 30 kg alle volta, quello sì è un lavoro difficile e pesante. Poi la sveglia prestissimo, le mani nell’acqua calda, gli odori, sempre in piedi....questo è ben pesante! Ci vorrebbe più sensibilità, magari istituire una serie di regole negli ambienti di lavoro fatte su misura per il corpo delle donne, per i suoi cambiamenti, per quando rimane incinta, strumenti di lavoro che aiutano a sollevare i pesi con più facilità”.*

Rimanendo sempre nel Nord Italia, un'altra testimonianza importante è quella che ci giunge dall'Emilia Romagna, dove a Bertinoro (CF) ha sede una delle aziende casearie più importanti della regione, il Caseificio Mambelli.

L'impresa rappresenta un caso di studio interessante perché la sua tradizione produttiva nasce proprio dall'ingegno di una donna, Elsa Mambelli, e a tutt'oggi prosegue all'insegna dell'impegno femminile. Ci ha raccontato la sua esperienza **Federica Mambelli**, nipote di Elsa, attuale titolare del caseificio insieme alla sorella Raffaella (una delle sei imprenditrici emiliane premiate dalla CNA<sup>23</sup> con il riconoscimento “*Donne che lasciano il segno*” nel 2011, all'interno di un campione di 19 imprese con management femminile che hanno adottato con successo pratiche manageriali innovative, e per questo inserite nel Repertorio Regionale delle Imprese Femminili Eccellenti).

*“Faccio parte della terza generazione di una famiglia dedita al mondo del latte dagli anni '40 del Novecento, da quando cioè la mia nonna paterna ha iniziato a trasformare il latte che le sue tre vacche le davano, specializzandosi nella produzione di un particolare tipo di ricotta, ottenuta direttamente dal latte intero e non dal siero: aveva escogitato un metodo con il quale cuoceva il latte nel paiolo di rame, sul fuoco del camino, e lo coagulava impiegando un'acqua termale che sgorga nella zona in cui viviamo. In sella alla sua bicicletta, nonna Elsa ha iniziato a portare la ricotta al mercato rionale di Cesena, e dal suo ambito domestico è stata capace di diffondere la conoscenza di questo prodotto fino a crearsi una vera e propria rete commerciale, che di lì a poco avrebbe iniziato a prendere la forma di un'idea imprenditoriale. Successivamente Domenico e Idiana, i miei genitori, hanno dedicato al caseificio dei genitori la loro intera vita. Dopo di loro, è toccato a me e Raffaella. Nonostante i miei volessero indirizzarmi verso altre tipologie di mestiere, io ho scelto di tornare in azienda dopo il diploma di ragioneria, e ne sono felice, perché mi sono sempre più appassionata a questo meraviglioso mondo. Mi piacciono molto i lavori manuali e da svolgersi sul campo, per cui mi sono sempre dedicata ai reparti produttivi e alla parte tecnologica e di impianto. Mi occupo dunque della produzione, della sicurezza alimentare e della sicurezza negli ambienti di lavoro, mentre mia sorella Raffaella si occupa del settore commerciale e amministrativo”.*

Come si accennava, l'azienda è connotata da una forte presenza di donne sia nei ruoli dirigenziali che in quelli operativi, come la stessa Federica ci spiega: “*l'organico è composto da 6 uomini e 17 donne, tre delle quali in amministrazione, altre tre nella produzione della ricotta (che quindi prosegue, come da tradizione, per mano femminile) e le restanti nel reparto confezionamento. L'inclinazione a questo tipo di lavoro da parte delle donne è sempre stata palese... almeno nella nostra storia. A partire da mia nonna in poi, ci siamo sempre avvalsi*

---

<sup>23</sup> Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della piccola media impresa.

*dell'operato di sole donne, anche aventi ruoli di rilevante responsabilità. Ciò nulla toglie alle preziose presenze maschili in azienda, le quali rivestono importanti ruoli nell'ambito del confezionamento e spedizioni, oltre che nella produzione: basti pensare alla figura del casaro aziendale, che nel nostro caso è il marito di Raffaella”.*

Interpellata sulle criticità del lavoro femminile nel comparto, la Mambelli esprime una visione del settore che conferma l'analisi dei precedenti paragrafi, e che mette in luce un aspetto importante del lavoro femminile in generale, quello relativo alla dimensione privata: *“Penso che il problema per tutte le donne imprenditrici o che rivestano un ruolo di responsabilità nelle imprese, sia rendere il lavoro conciliabile con le esigenze di famiglia e figli. Il tempo da dedicare loro è davvero poco se si vuole seguire l'azienda in maniera assidua e presente. Anche per quanto riguarda gli strumenti di tutela e valorizzazione delle opportunità date dal comparto alle donne, c'è da fare un distinguo tra il settore primario (attività di allevamento bovino) e quello della trasformazione, più legato al mondo artigianale /aziendale. I problemi però non riguardano solo la politica di genere, ma l'intera Politica Agricola, che dovrebbe incentivare il settore zootecnico nazionale e di conseguenza dare opportunità alle nuove leve (soprattutto femminili) di non perdere il patrimonio animale nazionale. Per quel che riguarda il settore della trasformazione, vi è dietro un discorso politico molto più ampio, che implicherebbe una trattazione troppo lunga in questa sede. E' risaputo come non ci siano più possibilità di accedere a finanziamenti pubblici, i soldi sono finiti e a mio parere sono andati a finire spesso agli stessi beneficiari! Il sistema è sbagliato. La nostra azienda sta effettuando un ampliamento dell'attività per 1600 mq, tutto con le proprie forze finanziarie senza l'aiuto di nessuno. Di certo siamo in controtendenza in questo periodo ma ci crediamo!”*

È risaputo come oltre alle eccellenze casearie di cui l'azienda Mambelli è portatrice, l'Emilia Romagna è madre del formaggio italiano forse più conosciuto al mondo: il Parmigiano Reggiano. L'imponenza fisica del formaggio rimanda direttamente all'idea di una produzione quasi prettamente maschile, e in effetti il settore è popolato da una maggioranza di aziende condotte da uomini. Ma l'universo del Parmigiano è sempre stato costellato di presenze femminili, anche in quei ruoli da sempre ritenuti prerogativa dell'altro sesso. Ne è un esempio lampante **Rosangela Gennari**, anima, mente e corpo del Caseificio Gennari, storica azienda di produzione di Parmigiano a Collecchio (PR). Unica donna del settore a cui Licia Granello abbia dedicato un ritratto nel libro *“Il Gusto delle donne”*, Rosangela sorprende per vitalità e fermezza, perché il suo è un mestiere *“in cui devi saper dire la tua, come donna e come professionista!”* ci dice, raggiunta al telefono, poi prosegue: *“in azienda mi occupo praticamente di tutto: al mattino affianco gli operai in caseificio, “tiro” su dieci cagliate al giorno, e tutto il resto del mio tempo è dedicato all'amministrazione*

dell'azienda, alle lungaggini burocratiche, alla gestione del personale. Tra quest'ultimo, ovviamente le ragazze addette ai negozi (quattro sono i negozi monomarca del Caseificio Gennari, tutti sotto l'insegna "L'Arte del Gusto") e i ragazzi che invece si occupano degli animali e della produzione. Il capo vero della nostra azienda è mia madre Maria: settant'anni compiuti da poco, è lei che guida me e i miei fratelli nella gestione aziendale, partecipando attivamente a tutti i processi decisionali. La mia mamma è il Caseificio Gennari". Maria è stata partecipe della vita aziendale fin dagli inizi, affiancando il marito Sergio come sua calcolatrice in carne ed ossa. Negli anni in cui gli uomini si fanno dare del voi alle mogli, nascondendo soldi e conti segreti, lei gestisce l'azienda alla pari: sa tutto e anche di più. Dopo la morte di Sergio, è grazie a lei che tutto prosegue integerrimo: Maria ha di fatto l'azienda tra le mani, dato che i genitori di Rosangela hanno sempre avuto il 51 per cento, senza distinzione né di sesso né di età. Il resto diviso nella stessa misura tra i quattro figli. La tradizione di famiglia prosegue alla quarta generazione con la figlia di Rosangela, anch'essa impegnata nella produzione al fianco della madre. Sull'impegno femminile nel comparto, Rosangela esprime così la sua opinione "è importante che il nostro sforzo di produttrici, comunemente precise e metodiche, si diriga verso l'educazione del consumatore. Sappiamo raccontare le produzioni, e vedo che ciò è particolarmente apprezzato dai visitatori stranieri, i quali desiderano che gli si aprano le porte delle aziende: vogliono vedere da dove proviene la materia prima, quali sono le motivazioni delle metodiche di produzioni, quali le passioni che spingono i produttori nel proseguire una certa tradizione. È il loro modo di accertarsi della qualità del cibo che consumano, piuttosto che affidarsi al marchio: il Parmigiano Reggiano, così come tutti i grandi formaggi italiani, diventano così una fonte di attrattiva culturale ed economica. Di rado la loro attenzione si focalizza prima di tutto sul prezzo: una volta sicuri che il prodotto risponda alle loro esigenze nutrizionali e sensoriali, infatti, essi sono disposti a pagare quello che il produttore richiede, semplicemente perché loro stessi comprendono il valore elevato del prodotto. Quella dell'educazione al consumo. L'attenzione attorno alle produzioni femminili dovrebbe innanzitutto puntare a stimolare la curiosità, che a mio parere è l'attrattiva più potente e di per sé selettiva. Una volta incuriositi quelli che saranno sicuramente clienti in cerca di consapevolezza, l'impegno delle operatrici, a prescindere dalle personali questioni di genere, rimarrà improntato all'educazione, compito che per natura ci spetta e tramite il quale si concretizzerebbe il nostro apporto all'intero comparto".

Proseguiamo la raccolta di informazioni dirigendoci verso le Donne del Latte del Centro e del Meridione di Italia. Partiamo dalla Toscana, la cui produzione di pecorino è rinomata a livello nazionale. Grande risonanza sta avendo in questi ultimi anni la storia di una produttrice di pecorino molto particolare, **Angela Saba**, imprenditrice agricola 39enne di Massa Marittima, in provincia di

Grosseto. Angela proviene da una famiglia dalla lunga tradizione pastorale, nella quale il papà sardo trasferitosi in Toscana non risparmiava nessuno dei figli dal lavoro dell'allevamento e della coltivazione dei campi. Gli impegni scolastici risultavano sempre di poca importanza, e intraprendere la carriera universitaria presso la Facoltà di Agraria ha rappresentato per Angela un aggravio notevole rispetto al lavoro svolto in azienda, sotto lo sguardo di un padre severo e conservatore. Nonostante questo, la scelta di questa imprenditrice si è orientata da subito all'insegna dell'innovazione del processo e di prodotto. *“Quando ho terminato gli studi universitari sono stata di fatto costretta a tornare a casa in pianta stabile. Insieme a mio fratello abbiamo stravolto tutto ciò che mio padre aveva costruito, in senso buono ovviamente, lui non sopportava l'idea di affidarsi ai macchinari, ma alla fine siamo riusciti ad introdurre attrezzature nuove, ristrutturando i locali. Contemporaneamente abbiamo cambiato la tradizionale alimentazione delle pecore da latte, introducendo (con l'ausilio dei tecnici dell'università) il lino nella loro dieta”*. È proprio questo il punto di svolta dell'azienda: nel 2003 Angela accetta di sottoporre il proprio allevamento a un progetto di ricerca dell'Università di Pisa, volto alla valorizzazione del potenziale degli Omega3 nel latte ovino. *“L'idea venne al mio professore di zootecnia, che già da anni provava in svariate zone dell'Italia a fare questo genere di sperimentazioni insieme ad un'equipe di altri professori di altre Università ed ai medici del Brotzu di Cagliari, ma i risultati non arrivavano o quantomeno non erano soddisfacenti, così dopo aver fatto le analisi al mio latte, e verificato che i parametri erano già incredibilmente superiori rispetto alla media, mi propose di partecipare, ed io grazie agli ottimi rapporti di fiducia, accettai, consapevole che non sarebbe stata una passeggiata”*.

I risultati della ricerca sono stati resi noti nel 2009 dalle Università coinvolte nel progetto, e ufficializzati dal *British Journal of Nutrition*, assieme alle proprietà benefiche di quel latte e dunque di quel formaggio, da allora definito “anticolesterolo<sup>24</sup>”. Nel 2002, sempre tramite una convenzione con il dipartimento di Agraria dell'Università toscana, Angela inaugura il caseificio aziendale, nel quale quotidianamente, dopo aver munto i capi e svolto le altre attività della filiera a monte, produce il suo pecorino: *“Il caseificio è una droga, il formaggio è una cosa viva, e come tale lo vivo. Arrivo ancora a commuovermi quando osservo una cagliata...”*.

In realtà l'esordio della nostra conversazione non si dirige subito nel descrivermi la sua esperienza personale, ma consiste in questa affermazione: *“E' da tempo che sogno di creare qualcosa per tutte le donne che condividono con me questo mestiere. Di colleghe ne conosco molte, e in tutte ho riscontrato le qualità, i difetti e le difficoltà che ci accomunano: l'inarrestabile e poliedrico dinamismo, l'andare sempre a fondo, il coraggio di prendere in mano la situazione, specialmente in riferimento a ciò che un uomo riterrebbe perso per sempre. Una donna, e le*

---

<sup>24</sup> Il latte e i derivati di animali sottoposti a questa ricerca praticamente non aumentano i livelli di colesterolo nel sangue, ma aiutano a mantenerli nella norma.

*statistiche in questo periodo di crisi lo dimostrano, troverà sempre qualcosa per riportare l'azienda a galla grazie alla sua creatività. Il nostro è un ruolo imprescindibile allo stato attuale del settore: sentiamo forte l'esigenza di valorizzare i nostri prodotti, esigenza che alle volte l'uomo produttore non riesce a cogliere, ma di cui il mercato ha assoluto bisogno. E per valorizzazione intendo dotare il prodotto di significati che corrispondano alle aspettative di un target particolare, quello attento alla qualità, disposto a spendere anche qualcosa di più pur di avere un'esperienza gustativa eccellente, che il formaggio sa offrire al pari del vino e di qualsiasi altro prodotto gastronomico. Ho visto tutte le mie colleghe impegnarsi nelle aziende con queste finalità, sintetizzando nelle loro produzioni il valore del territorio e della sue risorse, in opposizione alla banalità della grande distribuzione. La donna nasce per fare qualità e puntare ai massimi livelli, ed è in questo che concorriamo ad essere il futuro del comparto lattiero caseario in Italia. A proposito delle difficoltà, voglio menzionare la più banale: il pregiudizio verso una donna sicura di una sua vita imprenditoriale autonoma. Ho sperimentato il compromesso di cinismo e disponibilità che implica lo stare nel settore, e sono sicura che questo a un uomo non è richiesto nei termini con cui viene richiesto a noi. Devi essere integerrima, qualsiasi debolezza lavorativa o disponibilità personale rappresentano un'etichetta in un settore fortemente maschile, nel quale guadagnarsi il rispetto di donne come professioniste competenti è veramente dura”.*

Come molte altre delle sue colleghe, la dottoressa Saba non è solo una produttrice:

*“Mungo, trasformo e vendo, e da sempre sono impegnata anche politicamente nelle battaglie per il mio settore. Ricopro il ruolo di presidente della Sezione Confagricoltura di Grosseto per il Prodotto Ovicaprino, partecipo ai tavoli regionali per il prezzo del latte ovino e la qualità certificata e mille altre cose, nelle quali l'associazionismo ricopre un ruolo importante. È per questo che auspico una cooperazione nazionale tra professioniste per la loro valorizzazione come donne innanzitutto, portatrici di capacità e di valore aggiunto a cui la vocazione naturale alla famiglia non toglie nulla, anzi!”*

Proseguiamo alla volta del Lazio, più precisamente di Picinisco, paese della Valle del Comino, dove l'Azienda Agricola San Maurizio è dedita da molti anni all'allevamento degli animali (ovi-caprini e bovini, alcuni di razze autoctone) di cui trasforma direttamente il latte, ottenendo formaggi tradizionali della nostra zona tra cui il Pecorino di Picinisco D.O.P.

**Maria Pia** è la giovanissima leva di questa azienda artigianale familiare, e si racconta volentieri nei suoi panni di casara e amministratrice: *“La mia esperienza in azienda e nel settore credo sia cominciata nel momento in cui ho iniziato ad essere consapevole, a “capire”! Da adolescente già andavo a dare una mano in caseificio: ho imparato da subito l'arte della*

*formatura, della salatura, l'attenzione durante la stagionatura, il modo di partecipare alle fiere. Intanto ho frequentato le scuole superiori diplomandomi come tecnico agrario. Ho iniziato a lavorare da sola in caseificio proprio quando ho deciso che quello sarebbe stato il mio mestiere, e di lì anche il mio ruolo è cambiato. Attualmente sono più in linea dirigenziale che "subordinata" come ero prima, ho uno spazio tutto mio che riguarda la promozione, oltre a curare totalmente la parte dell'autocontrollo e la contabilità. Nel nostro caso l'azienda corrisponde alla famiglia, e così gli sforzi tra uomini e donne sono equamente distribuiti: oltre a me, mia madre è interamente dedita alla caseificazione, mentre mio fratello e mio padre si occupano dell'allevamento. Nonostante sia entrata a pieno titolo in azienda, mi sono iscritta da poco alla facoltà di Economia Aziendale presso l'Università di Cassino. Sentivo di non poter rinunciare agli studi: ritengo la formazione un elemento imprescindibile per il nostro mestiere, sia in termini di professionalità, che in termini di "reputazione". Credo che solo la formazione continua e multidisciplinare degli operatori possa riscattarci dall'idea di un settore "ignorante", come troppo spesso il lattiero caseario viene considerato".*

Oltre che nella formazione come valore aggiunto degli operatori al comparto lattiero caseario, Maria crede fermamente nell'esistenza di un valore aggiunto legato all'impegno femminile, iniziando a riconoscerne però alcune delle criticità già messe in evidenza dalle sue colleghe: *"Il ruolo delle donne si distingue per le nostre capacità intrinseche al genere, quali la facilità di costruire legami umani, lo spirito di sacrificio, l'inseguimento della perfezione del prodotto, dell'immagine di esso, la determinazione e l'amore nel fare le cose, la passione che ci mettiamo. Da quello che ho potuto constatare nel mio breve percorso, il problema delle donne è che spesso lavorano "in ombra", poiché il nostro è ancora un settore dal forte stampo maschile: scarsissima è la partecipazione anche ai processi decisionali che riguardano le produzioni e i territori, io stessa mi sono trovata spesso a partecipare in riunioni in cui rappresento puntualmente l'unica donna. L'impressione è quella di non essere presa sul serio, o al massimo diventare oggetto di complimenti poco desiderati! Per non parlare poi delle difficoltà che si incontrano se si pensa di mettere su famiglia, che senza l'aiuto del nucleo d'origine diventerebbe un'impresa davvero impossibile; un ulteriore elemento penalizzante è legato ovviamente alla enorme dose di lavoro e sforzo fisico che il mestiere della produzione casearia implica, che alle volte mal si accorda con la costituzione femminile: insomma, ciò che ci vuole per questo lavoro, come donna, è davvero tanto amore!"*

Maria mostra dunque di essere una giovane donna dalle idee chiare sul suo ruolo di donna nell'azienda e nel settore. Con la stessa energia che caratterizza tutta la nostra conversazione, si esalta quando afferma: *"Credo molto nell'idea di fare squadra con le altre donne, per creare una rete di riferimento, per considerare le stesse problematiche ed affrontarle. Ho creato con altre*

*imprenditrici della mia Valle un'associazione femminile di promozione socio-turistica e culturale che si chiama Valcoglienza , atta a creare una rete ed una sinergia tra le diverse realtà produttive del mio territorio. mi piacerebbe replicare l'esperienza associazionistica anche nel settore caseario: sebbene ognuna in territori diversi, suppongo abbiamo le stesse difficoltà, o potremmo avere anche le stesse ambizioni per dare un segnale a questo Paese di donne che si impegnano, e magari far uscire dall'ombra tante donne che fanno dei prodotti eccezionali ma che non hanno ancora la capacità caratteriale di aggredire gli ostacoli che hanno intorno, insomma un segnale che questo Paese non è fatto di sole veline, o manager super pagate, ma di donne che producono con passione e con qualità quello che farà crescere forti le ossa dei figli delle altre donne, e che spesso non hanno nessun sostegno”.*

La determinazione di Maria è la stessa determinazione di altre due professioniste, che incontriamo spostandoci in una regione attigua al Lazio, il Molise. Anche qui, in una terra dai più sconosciuta ma dalla lunghissima tradizione zootecnica e casearia, si avvicinano le due dimensioni produttive che connotano il comparto a livello nazionale, dalla fase primaria alla trasformazione: quello dell'azienda artigianale e quello della produzione industriale.

Della prima dimensione è portavoce **Carmelina Colantuono**, Donna del Latte *sui generis*: allevatrice, produttrice, titolare d'azienda ma anche e soprattutto custode della tradizione che per millenni ha caratterizzato il mondo pastorale e produttivo della regione, la Transumanza.

La famiglia di Carmelina è l'ultima grande famiglia di bovini che annualmente conduce le oltre 300 vacche podoliche dal Molise verso il Gargano, in Puglia, dove i Colantuono possiedono una fattoria e 250 ettari di pascoli invernali, ripetendo il viaggio in senso contrario con l'arrivo della stagione calda. Ogni volta sono circa 200 i km da percorrere lungo questi tracciati millenari; vere e proprie “autostrade d'erba” che non furono solo delle pecore o delle mucche, ma anche i percorsi del pellegrinaggio, i luoghi del conflitto tra Sanniti e Romani, dello scambio, del commercio, di un'affascinante ed umile civiltà. Carmelina organizza di anno in anno il viaggio, ne cura la logistica, la comunicazione, lo rende un evento a cui tutti possono partecipare, consapevole com'è che perdere questa antica tradizione significherebbe perdere l'identità della sua famiglia e di un'intera regione. Seconda di cinque fratelli, la Colantuono è con essi titolare dell'omonima azienda agricola, dedita da sempre all'allevamento bovino e alla produzione di formaggi a pasta filata sulla montagna di Frosolone (IS). *“Ho scelto di proseguire direttamente l'attività aziendale a sostegno dei miei fratelli, dopo il liceo classico. Mi occupo più che altro di amministrazione, ma il mio contributo si estende a tutta la filiera aziendale, nelle fasi in cui vi fosse necessità. In realtà l'azienda ha una forte prevalenza maschile soprattutto nelle attività a monte, ma il contributo delle donne della famiglia (e quindi dell'impresa) è determinante dall'allevamento fino alla cura della*

*commercializzazione del prodotto. Ciò che ho potuto riscontrare osservando le “mie” donne all’opera, così come tante altre Donne del Latte con cui sono venuta in contatto, è che la nostra qualità migliore in questo tipo di lavoro risiede nella nostra praticità, nel nostro sapersi adattare alle varie attività migliorandole. Ecco, gli uomini molto spesso “eseguono” un’attività, quando questa è ripetitiva. La eseguono quasi sempre uguale. La donna esegue e migliora quello che fa. Essa ha inoltre un’indubbia capacità di donare un tocco di bellezza all’ambiente in cui lavora e al modo in cui presenta il prodotto”.*

Aggiungere alla normale attività aziendale quella di una lotta strenua per la salvaguardia di una pratica come la Transumanza, con la promozione dei suoi territori e dei suoi saperi, non sempre rende la vita facile a questa Donna del Latte, impegnata in un lavoro nel quale *“più che di difficoltà, parlerei di ritmi di vita difficoltosi. Orari prolungatissimi, la pesantezza del lavoro fisico, la totale assenza di momenti di libertà, come qualche banalissimo giorno di ferie. Io questo mestiere e il mondo della Transumanza ce l’ho dentro: sono nata in azienda e tutto quello che faccio è per passione. Rispetto a quanto ci impegniamo e sudiamo però, quello che guadagniamo è una miseria. Che tu sia una donna o un uomo non cambia: in questo mestiere l’ottica del guadagno non esiste. Noi non ce la siamo mai posta”.*

Un’ottica che la signora Colantuono sembra però condividere con le sue colleghe è quella dell’associazionismo: *“sono convinta che mai come oggi, nel nostro settore, l’unione faccia la forza, e ben venga l’unione delle donne, nel cui valore credo e del quale cerco quotidianamente di rendermi portatrice nel mio lavoro e nel mio impegno civico (Carmelina supporta l’operato dell’assessorato comunale all’Agricoltura, dopo sette anni di esperienza nell’amministrazione comunale del paese d’origine). Ciò di cui un’associazione di donne dovrebbe farsi portatrice credo sia la capacità di mettere in rete le conoscenze delle operatrici, in vista della risoluzione di problematiche di livello sicuramente elevato, ma che guardino anche alle difficoltà quotidiane che si incontrano, nelle quali la mancanza di esperienza e fiducia giocano un ruolo deleterio delle nostre professionalità: penso semplicemente all’assistenza legale nel corso delle infinite pratiche burocratiche, al supporto nella risoluzione di problematiche tecnologiche e organizzative, ma anche all’approfondimento di metodi innovativi nella comunicazione di impresa e di prodotto”.*

All’attività di allevamento e produzione artigianale che caratterizza aziende come la Colantuono, si affianca in Molise la produzione eccellente ma di più grandi dimensioni aziendali e commerciali di un’azienda come il “Caseificio Molisano L. Barone snc”, con sede a Vinchiatiuro, in provincia di Campobasso. A descriverci l’attività aziendale e l’impegno femminile in essa profuso è **Tullia Perrella**, che con i due fratelli rappresenta la terza generazione di produttori e titolari:

*“Il Caseificio nasce come azienda artigiana di trasformazione del latte nel primo Dopoguerra, sotto la direzione di mio nonno materno Luigi Barone. Dagli anni Sessanta, con la collaborazione di mio padre Settimio Perrella, ultimogenito di una famiglia di antiche tradizioni casearie di Bojano (CB), l’azienda espande il proprio mercato regionale, rendendolo nazionale e internazionale. Nel corso degli anni la specializzazione produttiva si è focalizzata sul prodotto “mozzarella”: nella sua produzione prestiamo dunque le massime attenzioni di artigiani, a partire dalla selezione della materia prima, cercando di abbinare alla tradizione gli standard tecnologici e igienico-sanitari più elevati”.*

Quest’azienda ha visto Tullia nascere, crescere e poi iniziare ad impegnarsi: *“La mia esperienza nel settore lattiero-caseario inizia con la mia infanzia. Ho vissuto in una famiglia che viveva nello stesso edificio in cui si produceva, i ritmi familiari erano imposti dai ritmi aziendali. Da adolescente aiutavo rendendomi disponibile nel punto vendita aziendale. Dopo aver concluso gli studi ho iniziato a collaborare nel settore produttivo, nell’area confezionamento. Nel 1992 ho deciso definitivamente di dedicarmi all’attività, dapprima supportando gli addetti alla produzione a confezionare i prodotti da spedire nei vari mercati nazionali, successivamente, dopo aver compreso le dinamiche delle consegne e delle necessità dei vari clienti, iniziando a occuparmi della logistica e dei rapporti commerciali”.*

Il Caseificio Barone conta su un organico in prevalenza maschile, con dieci uomini dediti alla produzione, al confezionamento, all’immagazzinaggio e spedizione della merce. Tre sono le donne occupate, tra cui la mamma di Tullia, Pasqualina Barone (socia lavoratrice), a cui spettano la contabilità, i rapporti con clienti e fornitori, la pratiche amministrative.

In merito all’impegno femminile, Tullia afferma come *“il valore aggiunto delle donne per il settore lattiero caseario, che può valere per qualsiasi settore alimentare, è l’attenzione alla qualità. La donna, nonostante i vari cambiamenti di stile di vita degli ultimi decenni, rimane la principale responsabile degli acquisti familiari. Grazie a questa esperienza può aiutare l’azienda per cui lavora, e di conseguenza il settore di appartenenza, a mantenere un livello medio alto di qualità dei propri prodotti ed ad acquisire una sensibilità maggiore nel comprendere le esigenze del mercato. Certo, il lavoro di casaro è principalmente un lavoro maschile, sinceramente non ho memoria di donne casaro. Per quanto riguarda gli altri ruoli, come confezionamento, vendita e contabilità, le donne non sembrano avere alcuna difficoltà. Più che tutela del lavoro femminile, ci sarebbe bisogno di tutela del comparto lattiero caseario. Una legislazione più rigida sulla etichettatura dei prodotti, quindi una chiarezza sulla materia prima utilizzata, sarebbe di grande aiuto al settore ed alle aziende che hanno a cuore la qualità dei prodotti che vendono. Sempre su questa linea, considero le associazioni un ottimo strumento formativo e di sensibilizzazione. Un’associazione femminile, con tema “il latte”, potrebbe porsi l’obiettivo di divulgare maggiormente la necessità di*

*tutela del settore lattiero caseario tradizionale. L'esigenza che avverto di più è quella di far conoscere alla maggioranza delle persone la differenza tra un'azienda industriale, che ha come obiettivo i numeri, e un'azienda artigianale, che oltre ai numeri guarda al rispetto della tradizione, della materia prima ed alla qualità del prodotto finito. La sensibilizzazione dei consumatori riguardo le caratteristiche di ciò che si acquista è fondamentale per la tutela della tradizione casearia”.*

Proseguiamo alla scoperta delle Donne del Latte meridionali tramite le esperienze di Rosa Lella e Pasquina Netti, quasi coetanee e vicine di azienda, in Puglia. La regione, come ci confermano da subito le due intervistate, non vanta una grande presenza di donne nei ruoli dirigenziali delle aziende casearie, sia di piccola che di medio - grande dimensione. Il ruolo femminile è di supporto all'attività dei familiari conduttori, talvolta restii a delegare alle donne compiti di responsabilità o rappresentanza aziendale. Esistono però piccole realtà straordinariamente eccellenti nella qualità delle produzioni, nei territori più interni e marginali, dove la produzione zootecnica e lattiero casearia prevale (Carli *et al.*, 2008)<sup>25</sup> anche grazie all'impegno di donne come **Rosa Lella e Pasquina Netti**.

La prima è la titolare delle Masserie Ferri, azienda agrituristica nata attorno all'allevamento bovino della famiglia di Rosa, insegnante di scuola superiore. Alla morte del padre, conduttore agricolo da diverse generazioni, la dottoressa Lella decide di doverne proseguire l'attività: anche lei abbandona la carriera nella scuola e intraprende quella di imprenditrice, aprendo innanzitutto un caseificio aziendale. *“Il latte ha fatto da padrone nella mia storia personale e aziendale. A prescindere dalla complessità del lavoro in allevamento, il percorso che mi ha portato alla produzione di formaggi non è stato per niente semplice. Non avendo alcuna cognizione di come si attuasce la trasformazione, i primi anni nel settore sono stati caratterizzati per me da una formazione continua e instancabile presso casari e tecnologi, per tarare meglio le mie esigenze rispetto alle risorse in possesso. A tutt'oggi cerco continuamente di tenermi aggiornata, perché sbagliare e non capire dove è lo sbaglio, ti manda in paranoia, butti all'aria chili di fatica mettendo a rischio la tua redditività, e questo naturalmente non puoi permettertelo: forse è questa la vera grande difficoltà delle donne in questo tipo di mestiere”.*

È anche per salvaguardare i risultati del caseificio aziendale che Rosa Lella sceglie di dare all'azienda un carattere fortemente multifunzionale, ottenendole il riconoscimento di agriturismo e fattoria didattica dal 2000, e divenendo forse uno dei primi esempi regionali in tal senso.

---

<sup>25</sup> Maria Rosaria Carli et al., *Analisi economico- strutturale delle diverse filiere agroalimentari nel Mezzogiorno. Il settore agroalimentare in Puglia*, Quaderno ISSM n. 130-C , Istituto di Studi sulle Società nel Mediterraneo, Napoli, 2008.

Coadiuvata da altre due donne e dal figlio nell'attività di produzione casearia, ma anche vitivinicola, ortofrutticola e conserviera, Rosa dirige quotidianamente i suoi sforzi nel rendere la Masseria un posto di accogliente attività didattica e culturale. *“Tengo molto all'educazione dei bambini e dei ragazzi per quanto riguarda gli aspetti salutistici del latte e dei suoi derivati. Il target che aziende come le nostre devono coinvolgere è fondamentalmente quello degli educatori, degli insegnanti, che informino le nuove generazioni di quanto il formaggio faccia bene, e di quanto la cultura del nostro mondo sia stata determinante per lo sviluppo della nostra civiltà!”*.

A pochi chilometri di distanza dalle Masserie Ferri, nel comune di Noci (BA) opera l'Azienda Monaci Nuova, nella quale la signora Pasquina Netti porta caparbiamente avanti la tradizione che la sua mamma e le donne della sua famiglia le hanno insegnato, quella della lavorazione del latte: *“Conduco l'azienda assieme a mio marito Peppino. La tenuta era dei suoi genitori. Poco dopo il nostro matrimonio, 37 anni fa, mio suocero che all'epoca aveva oltre 80 mucche, ha iniziato ad avere problemi di salute e allora io ho promesso a mio marito che lo avrei sempre aiutato nell'azienda, e così è stato! Una promessa è una promessa!”*

*“La nostra azienda si trova in una proprietà di trenta ettari che una legge di Giuseppe Bonaparte nel 1806 tolse alla Chiesa e ai feudatari nocesi per ripartirla tra i contadini, i quali con il tempo hanno potuto riscattarne i terreni. I nostri animali sono liberi al pascolo perché crediamo che sia la forma di allevamento migliore per il loro benessere, e per la qualità della materia prima. Seguo tutte le fasi della filiera: al mattino sono in mungitura con mio marito, dopodiché trasformo un po' alla volta il latte che otteniamo per farne formaggi. Non abbiamo un punto vendita, ma quotidianamente una clientela consolidata viene a farci visita. Niente mi fa sentire più serena, soddisfatta in questo lavoro. Le emozioni che si provano producendo e aprendo le porte ai visitatori si antepongono ai sacrifici: se penso agli occhi dei bambini a cui insegno a fare il formaggio, al loro stupore e al loro apprezzamento per quello che faccio, niente mi pesa. È la passione che ci muove, e con questa passione una donna può trovare nella produzione casearia una realizzazione che pochi altri mestieri garantiscono. Credo che il fatto di sentirsi realizzate ci porti automaticamente a saperci affermare anche sul mercato, a saperci difendere. In futuro auspicherei però molti meno ostacoli per quelle donne che come me puntano ad ingrandire e ammodernare le proprie strutture, bloccate dalla burocrazia e dalla difficoltà di accesso ai finanziamenti. Io credo che il formaggio sia delle donne, sia connaturato addirittura nella loro memoria pratica. Non so come spiegare, capisci, il formaggio ci appartiene per natura! Questo è importante perché ci dà la capacità di raccontare le nostre produzioni, perché tramite loro raccontiamo noi stesse, ma soprattutto perché ci dà possibilità di impegnarci concretamente”*.

Partendo dunque dal Nord Italia, questa raccolta di testimonianze non può che concludersi con il profilo di una “Donna del Latte” che opera dall’altro estremo della nazione. Ci muoviamo dunque in Sicilia, terra di grandi allevamenti e altrettante produzioni casearie: quattro formaggi a marchio DOP e IGP, nove i Presidi Slow Food. Tra questi la Provola delle Madonie, formaggio prodotto nel Parco Regionale delle Madonie appunto, da una sola azienda. Un’azienda “rosa”. A condurla troviamo la dottoressa **Grazia Invidiata**, agronoma specializzata nel settore zootecnico, che nel 2003 lascia una carriera decennale e il suo studio associato per dedicarsi interamente all’allevamento che i genitori detenevano come attività non essenziale. Altro era infatti l’ambito professionale di Casimiro Invidiata, papà di Grazia, appassionato delle sue terre e dei suoi animali. Alla sua morte, Grazia rileva dunque la proprietà e l’allevamento, e ne fa la sua vita: *“Con un atto di coraggio misto a follia”*, ci racconta, *“perché un conto è coltivare una passione, un altro è farne un mestiere. Dalle nostre parti donne negli allevamenti e nei caseifici ce ne sono sempre state, ma sempre nel ruolo di “spalla” dell’imprenditore, godendo di una responsabilità molto limitata. Ecco perché in Sicilia, come nel resto del Sud, questo è sempre stato un settore maschile”*.

Grazia alleva nella sua azienda 100 capi (numero importante per la media dimensionale del Sud), tutte vacche Brune Italiane e di razza meticcica, eredità paterna di cui l’allevatrice ha cercato di migliorare le caratteristiche genetiche. Ha iniziato a trasformare il latte prodotto in azienda subito dopo il 2003, per svincolarsi dai contratti di conferimento che non remuneravano adeguatamente la sua produzione. Caparbia nell’apprendere e valorizzare le produzioni tipiche della sua zona, intraprende una lotta per le produzioni a latte crudo, anche biologico, da vacche al pascolo, che la porta ad essere appunto l’unica produttrice del Presidio Provola delle Madonie e di una vasta gamma di altri formaggi a pasta filata.

Anche la sua è un’azienda multifunzionale, una fattoria didattica con appositi locali per la formazione delle scolaresche e dei visitatori, oltre ad avere all’attivo due distributori di latte crudo fresco e biologico, tra i pochissimi in regione.

Grazia si avvale di tre collaboratrici e due collaboratori. Questi ultimi sono addetti essenzialmente alle stalle e al caseificio, affiancando la titolare nella produzione, mentre le due ragazze sovrintendono il confezionamento e la commercializzazione diretta, nel punto vendita aziendale e nei mercati.

*“Osservando loro e le mie colleghe produttrici all’opera, noto che l’impronta femminile sia diversa in questo mestiere. Apporta ordine, pulizia, cura dei particolari e dell’immagine del prodotto. Nell’allevamento, ciò si riscontra ad esempio nell’attenzione all’alimentazione dei capi, alla scelta delle materie prime, alla sensibilità verso i temi quali il biologico e l’OGM free. Nella caseificazione poi questi valori sono amplificati: si fatica tanto da donne ad affermarsi come professioniste del settore, perché la paura di sbagliare è tanta, la formazione che si ricerca*

*altrettanta. Su di me, ad esempio, nessuno avrebbe scommesso una lira vedendomi intraprendere un'attività del genere da perfetta "ignorante". Oggi mi riconoscono quantomeno il rispetto, e questo lo devo a una delle mie capacità, che trovo sia comune a tutte le operatrici del settore: la volontà di sperimentare, innovare, confrontarmi. Non è che un uomo non ne abbia, ma non è un atto dovuto da parte sua, in fondo crede che quello sia il mestiere che gli appartiene per natura, non ne intravede la necessità di migliorarlo, di farlo progredire. Sempre per questo motivo, un uomo non ha necessità di sforzarsi per mettere sul mercato le proprie produzioni, tanto quanto deve sforzarsi una donna: ecco che l'attenzione nelle nostre fasi produttive diviene attenzione per l'apprezzamento del consumatore, come produttrici siamo molto orientate al mercato. Credo che questo possa concorrere a un miglioramento dell'immagine e della promozione dei formaggi italiani".*

## Storie di STUDIOSE

---

Tante sono le donne impegnate nei centri di ricerca e nel sistema dell'informazione riguardante il settore, e altrettanti sono i loro meriti nella divulgazione della cultura del prodotto formaggio. I grandi prodotti che abbiamo la fortuna di custodire nella nostra tradizione nazionale sono dunque la sintesi di sforzi produttivi, come quelli sostenuti dalle donne precedentemente intervistate, ma anche di studio ed esperienza umana.

Tra tutte spicca in modo particolare quella di **Marzia Verona**, classe 1977, laureata in Scienze Forestali ed Ambientali, che dal 2003 al 2004 censisce, per incarico della Regione Piemonte, gli alpeggi nelle province di Torino e Cuneo. Da questa esperienza le deriva un interesse per la vita che gira attorno al pascolo e all'alpeggio, che la porta a seguire le greggi, per documentarne e raccontarne i percorsi, come lei stessa ci racconta: *"ormai sono passati 10 anni da quando ho iniziato a "muovermi tra i pastori", ma le origini vanno ricercate ai tempi dell'università, quando ho lavorato alla mia tesi nei pascoli dell'Ossola, nell'ambito del progetto per la caratterizzazione del formaggio ossolano. Poi ho svolto un'attività di censimento degli alpeggi per conto della Regione Piemonte e qui ho incontrato i primi pastori vaganti. Nel 2005, parallelamente ad un interesse personale per la pastorizia nomade, ho scritto (sempre per conto della Regione), "Vita d'alpeggio" (Blu Edizioni), uscito quasi contemporaneamente a "Dove vai pastore?" (Priuli&Verluccha). Tutto nasce innanzitutto dal mio amore per la montagna. Quando ho scelto l'argomento della tesi, ho cercato qualcosa che mi portasse nell'ambiente che preferivo, i pascoli di alta quota. A questo si è unito il mio interesse per le tradizioni, la passione per la fotografia e una scintilla quasi inspiegabile che mi ha attratta verso il mondo della pastorizia*

*nomade, che sposava insieme la vita all'aria aperta, l'aspetto scenografico della transumanze e molto altro ancora". A questa passione Marzia ha dunque dedicato una vita, declinando la sua esperienza all'insegna della comunicazione: oltre all'attività di scrittrice (cinque libri all'attivo, quasi tutti sul tema della pastorizia transumante) e "pastora", come ama definirsi, la Verona cura il blog "Storie di pascolo vagante", nel quale riporta settimanalmente la sua esperienza a fianco dei pastori, le problematiche zoo-profilattiche e produttive degli allevamenti, le loro ripercussioni sulla vita di coloro che ama seguire e intervistare. Tra questi, tante le donne che ha incontrato nel suo percorso: "Molto spesso, ma non sempre, in alpeggio la casara è donna, mentre l'uomo si occupa del pascolo degli animali nel caso in cui ci sia una coppia. Per esperienza diretta direi che questa situazione è valida nella maggior parte dei casi, solo in alcuni alpeggi ricordo l'uomo caseificare, mentre la donna svolge altre attività legate al lavoro in alpe. Laddove però non vi è la donna (madre, moglie, sorella), la caseificazione viene praticata da uomini, sia titolari della mandria, sia operai stipendiati. Solitamente ci si occupa insieme della mungitura, poi la donna lavora il latte, mentre l'uomo pulisce la stalla e porta gli animali al pascolo. Tutto ciò è una semplice divisione dei compiti tra i quali la caseificazione è considerata più un lavoro "domestico", ma non per questo meno faticoso. Ricordo una ragazza che mi raccontava di non essere ancora abbastanza forte per sostituire la madre alla caldaia del latte, perché sollevare la tela con la cagliata necessita di una buona dose di forza fisica".*

Quella che Marzia ci racconta è l'ennesima sfaccettatura del variegato mondo della trasformazione, cioè la realtà più tradizionale dell'alpeggio e delle aziende di antica origine, dove *"molto spesso il ruolo della donna è sì fondamentale, ma non emerge affatto, dato che, alle normali mansioni di donna, madre, casalinga, si affiancano tutti i lavori aziendali, che lasciano alla donna poco o nulla per occuparsi di altro (valorizzazione dei prodotti, aggiornamento professionale). Molte volte l'aspetto della vendita dei formaggi (momento in cui la donna potrebbe giocare un importante ruolo nella valorizzazione e comunicazione) è delegato all'uomo. Nel caso in cui però vi siano già figli adulti, o questi aiutano in azienda, o sono loro stessi ad occuparsi della commercializzazione con vendita diretta al pubblico".*

*"Nel caso di aziende "nuove", sono spesso le donne a compiere la scelta di dedicarsi all'allevamento (specialmente di capre), affiancato alla caseificazione. Solitamente queste allevatrici/casare hanno una formazione alle spalle anche non strettamente agricola e puntano molto sulla qualità e valorizzazione del prodotto, mescolando con abilità tradizione ed innovazione. Spesso affiancano anche attività collaterali come l'agriturismo, e le fattorie didattiche.*

*Nel mondo dell'allevamento tradizionale, invece, una donna deve caricarsi sulle spalle un peso ancora maggiore rispetto a quello dell'uomo. Egli pensa agli animali, per lui l'importante è che ci sia tutto ciò che serve al gregge o alla mandria, la donna invece deve badare a far*

*funzionare tutto il resto! Nella transumanza è lei a pensare e organizzare tutto ciò che serve, dalle stoviglie alle attrezzature per la caseificazione, dai viveri ai vestiti, preparare da mangiare per tutti quelli che vengono a dare una mano, arrivare su e iniziare a riorganizzare la vita ed il lavoro in alpe, mentre magari l'uomo in alcuni casi eccede nel far festa con gli amici... La donna è quella che non deve mollare mai, anche quando l'uomo va ad una fiera e magari la sera non rientra. In questi anni ho visto tante situazioni difficili, mi sarebbe anche piaciuto scrivere un libro sulla donna in alpeggio o comunque nella realtà dell'allevamento tradizionale, ma sarebbe stato un libro difficile e anche non piacevole per certi aspetti, perché vi sono realtà sommerse dolorose. Dal momento in cui ormai faccio parte anch'io di questo mondo, ho rinunciato perché per me sarebbe stato indelicato parlare di certe cose, avrei "tradito" le confidenze fatte in amicizia". Da queste parole emerge dunque un ritratto che restituisce tutta la durezza di cui la vita delle donne in alpeggio può caricarsi. Grazie a studiosi come Marzia, anche questi aspetti del mondo caseario possono essere messi in luce, ed è quindi nel ruolo di queste professioniste dell'informazione, oltre che in quello delle protagoniste delle aziende, che va ricercato il contributo determinante alla costituzione del valore aggiunto del comparto.*

Se dunque ci è abbastanza chiaro il ruolo delle donne nell'ambito della produzione, qual è invece l'apporto femminile al mondo dell'informazione riguardante il latte? Con quali disagi deve interfacciarsi una studiosa in un campo di ricerca come quello di Marzia? *"Quando sono entrata in questo mondo da studiosa, ho avuto il vantaggio che, in una realtà in cui spesso è l'uomo ad emergere ed avere un ruolo più pubblico, ho ricevuto da ragazza un'accoglienza sicuramente migliore, dunque sono riuscita a raccogliere più informazioni. Molte volte infatti ho incontrato maggiori difficoltà nell'intervistare le donne, paradossalmente. Solo in seguito ho stretto rapporti anche di profonda amicizia con alcune di loro, anche le più riservate e schive, soprattutto perché sono cosciente del fatto che io posso comprenderle, dal momento che vivo la loro stessa vita".*

Una testimonianza altrettanto interessante di donna impegnata quotidianamente nel comparto a fianco di allevatori e produttori in veste di studiosa è quella di **Maria Desideria Scilla**, giovane veterinaria veneta quasi coetanea di Marzia Verona, che ha sperimentato verso mondo caseario un vero e proprio "colpo di fulmine": *"Pur non avendo nessun background culturale e familiare con la zootecnia ho scelto, per pura passione, di iscrivermi alla facoltà di Scienze della produzione Animale della Facoltà di Medicina Veterinaria a Udine. La stessa passione o incoscienza, che dir si voglia, mi ha fatto alzare la mano ed offrirmi come volontaria, appena al secondo anno, per una esperienza da tirocinante in una malga del Trentino Alto Adige, al seguito del mio professore di zootecnia. È stata in quella occasione che ho potuto conoscere gli animali, con il loro carattere e con le loro esigenze, e gli uomini che lavorano e si relazionano con le*

*montagne, i pascoli, il formaggio. Ho scoperto il profumo del latte appena munto, e il contrasto del suo candore con il rosso luminoso del rame della caldaia. E' stato una sorta di amore a prima vista. Non ho più smesso”.*

Maria Desideria non ha più smesso di amare il latte, e a questo prezioso alimento dedica tutta la sua energica professionalità: *“Dalle malghe del Trentino sono passata a quelle del Consiglio Cavallo. Ho alimentato la mia curiosità per i formaggi e l’analisi sensoriale, per il mondo della vacca da latte, per la gestione delle stalle. Questo mi ha permesso di entrare da neolaureata nella squadra di A.Pro.La.V, Associazione Regionale Produttori latte del Veneto, grazie alla quale ho potuto conoscere lati insospettabili di questo settore. Ora, seppur impiegata ufficialmente per Ven.Lat.srl, società commerciale della stessa associazione, mi occupo di certificazioni di qualità, assistenza agli allevatori, coordinamento di progetti di ricerca assieme ad enti di ricerca ed imprese, e soprattutto promozione dei prodotti caseari tipici del territorio, con massima soddisfazione nell’organizzare l’evento Caseus Veneti, il concorso regionale dei formaggi del Veneto, giunto quest’anno alla nona edizione”.*

Qual è la composizione di genere di un ente di ricerca simile? *“Siamo in verità una piccola squadra. Vi è un Presidente, il consiglio di amministrazione, un direttore ed un tecnico: tutti uomini. Nel campo amministrativo e di segreteria sono impiegate due colleghe donne”.* Sui ruoli e sulla presenza delle donne nel suo settore di studio, la Dottoressa Scilla afferma: *“Purtroppo non è riservato al ruolo diciamo “dirigenziale” per le donne nel nostro mondo. Io sono molto fortunata, perché il compito di “tuttofare”, come quello che mi trovo a ricoprire, solitamente non è riservato ad una figura femminile; fortunatamente questo mi permette di essere presente sia in stalla, sia nei caseifici, sia ai tavoli di discussione con i “presidenti”. Ma ciò non toglie il fatto che una donna a quei tavoli è molto spesso individuata come “segretaria””.*

Sul valore apportato dalle donne nell’ambito della ricerca e della sua esperienza lavorativa, l’intervistata prosegue: *“Tra gli allevatori l’opinione comune è che le donne siano più “sensibili” e “capaci” nella gestione dei vitelli e della mungitura. Ai vari livelli che mi sono trovata ad esplorare percepisco rispetto e stima, ma spesso non ci viene data la possibilità di fare un passo un più, ovvero di riuscire a contribuire con il nostro innato spirito pragmatico, una buona dose di attenzione e una visione meno “gerarchizzata” delle procedure. Le aziende agricole capitanate davvero da delle donne viaggiano a pieno regime... e mi piacerebbe vedere lo stesso anche in realtà casearie, nelle associazioni e negli enti. So che il mio ragionamento può apparire scontato quando affermo che il lattiero caesario è davvero un mondo di uomini. Il rispetto c’è, la stima anche, ma le opportunità vengono in secondo piano. Non credo in strumenti come le quote rosa, i quali prevedono che le donne debbano essere presenti indipendentemente dalle loro capacità, ma*

*credo che le donne possano imparare a farsi conoscere non come ottime “segretarie, ma come professioniste in campo”.*

*“La mia formazione ed attività, poi, è principalmente vocata alla comunicazione e valorizzazione delle produzioni, anche tramite la degustazione dei prodotti. Da studiosa andrei dunque a cercare le donne che veramente trasformano il latte in formaggi eccellenti, andrei a conoscere le allevatrici che ci mettono del loro nella gestione aziendale. Vorrei incontrare le donne che seguono la comunicazione del lattiero caseario, quelle che come me ci mettono il “naso”, per poter creare progetti ed iniziative che facciano bene a tutto il comparto... solo con un propulsore diverso. Vorrei che fosse possibile creare una squadra in grado di discutere, ed affrontare, problematiche e difficoltà, ma anche di individuare nuove risorse e prospettive”.*

## 2.2.2 Il profilo identitario delle “Donne del Latte”

Diciassette sono le donne di cui ho raccolto le testimonianze, diciassette “Donne del Latte” tra produttrici e studiose che non si sono risparmiate nel raccontarmi le realtà in cui operano, le loro motivazioni, i loro entusiasmi ma anche le loro difficoltà.

La ricomposizione delle loro interviste ci permette di delineare un profilo identitario generale delle donne impegnate nel comparto lattiero caseario, perché se è vero che diversi sono i loro territori, la dimensione delle loro attività, la tipologia di produzione a cui si dedicano, i loro ambiti di ricerca, altrettanto vero è che tantissimi sono gli elementi che sorprendentemente le accomunano, dal Nord al Sud d’Italia.

Primo fra tutti, l’elemento della “scelta”, che ha portato ognuna delle intervistate ad affermare l’identica frase, quasi fosse un mantra “*io ho scelto di fare questo mestiere*”.

Per quante di loro vivono in prima persona il mondo della produzione, la scelta è consistita nel “mollare tutto”, carriere brillanti alle spalle comprese, ed intraprendere una vita all’insegna della cura dei territori amati, degli animali, della cultura del latte; oppure proseguire una tradizione di famiglia, mirando al miglioramento delle strutture e dei processi, sempre riconoscenti a quelle metodiche antiche che hanno scandito l’opera dei loro padri, e alle quali cercano di rimanere profondamente fedeli, pur coniugandole all’innovazione dei tempi.

Per le studiose, dedicarsi al comparto lattiero caseario corrisponde alla scelta della ricerca sul campo, intrapresa negli anni degli studi universitari: la costante attività di supporto, ricerca e comunicazione a fianco dei produttori rende queste donne le solide spalle sulle quali poggiano la sicurezza delle nostre produzioni, la qualità dell’arte casearia, e la capacità di raccontare le vite di quanti vi si dedicano.

In tutti i casi, dietro la “scelta”, nessuna costrizione, nessun “ripiego”, ma solo una grande passione per questo mestiere, abbinata ad un coraggio che agli occhi dei più sconfinava in incoscienza, in un settore da sempre considerato una prerogativa maschile nonostante la sua matrice femminile, e soprattutto la sua massiccia presenza di donne. Da sempre, ma nell’ombra. Il tono delle interviste ci dimostra innanzitutto questo: che le donne ci sono, non sono poche, e hanno scelto di affacciarsi al settore da protagoniste.

Partendo dal mondo produttivo, la descrizione delle attività di produzione vede il comparto lattiero caseario “rosa” caratterizzato da una dimensione aziendale piccola, sia che si tratti della più diffusa struttura di azienda agricola con annessa attività di allevamento, sia che si tratti di azienda casearia. Dai racconti si evince come la dimensione delle aziende agricole delle intervistate riconfermi un *trend* che in realtà caratterizza tutto l’agroalimentare, e che ben illustra le attuali contraddizioni della condizione femminile, che Corrado Barberis non esita a definire “*tutta protesa al comando*,”

*ma ancora avviluppata da condizionamenti secolari*". Di questi condizionamenti, il Censimento Generale dell'Agricoltura del 2010 offre un'istantanea e un film: la prima per rappresentare il peso della storia che ancora opprime la donna, il secondo a testimoniare il suo anelito di successo, in aziende che rimangono comunque costantemente sottodimensionate rispetto alla controparte maschile (Barberis, 2013)<sup>26</sup>.

La situazione non cambia di molto se si prendono in considerazione i caseifici diretti dalle donne: la soglia dimensionale anche qui non è elevata, e i dati produttivi e occupazionali inquadrano questa tipologia di attività nella classica definizione di piccola media impresa: pur facendo leva su una rete commerciale che si estende anche ai mercati esteri, queste aziende raramente occupano più di trenta dipendenti.

Tratto comune ad entrambe le tipologie produttive è che esse sono quasi tutte aziende a conduzione familiare, dove la dimensione lavorativa costituisce un *continuum* rispetto a quella domestica, e viceversa.

Ma a spiegare le dimensioni ridotte delle imprese casearie "rosa", in un Paese in cui le "PMI" costituiscono comunque il tessuto produttivo di ogni settore, è anche il legame tra il **territorio** dove queste attività sono ubicate, e le **produzioni** alle quali sono dedite. Tranne che non si tratti delle distese lombarde o emiliane, nelle quali l'accesso alle vie comunicative è agevole e ha consentito uno sviluppo dimensionale maggiore per le strutture e per la loro scala produttiva (basti pensare alla produzione del Parmigiano Reggiano), quasi tutte le produzioni prese in esame appartengono ai territori marginali delle cosiddette aree rurali, le quali rappresentano il 92% della superficie totale del Paese. Sulla base dei dati relativi all'ultimo Censimento Generale della Popolazione (2011), le aree rurali italiane ospitano circa 11 milioni di persone (19% della popolazione nazionale) di cui il 51% è costituito da donne. Queste rappresentano circa il 29% del totale degli addetti del settore agricolo, che assorbe soltanto l'11% della forza lavoro occupata nelle aree rurali e montane (Conterio et al., 2013)<sup>27</sup>.

Dietro quest'ultimo dato permane una realtà lavorativa complessa e diversificata, che varia dalla manodopera impegnata nella raccolta, nell'allevamento e nella prima trasformazione dei prodotti, al lavoro di molte imprenditrici che, puntando spesso sulla multifunzionalità, sono riuscite a costruire delle vere e proprie aziende (Zumpano, 2007)<sup>28</sup>. Sono proprio questi i territori di origine delle eccellenze casearie nazionali; in queste aree infatti la sintesi qualitativa di territorio, materia prima e *know-how* rappresentata dal formaggio si esplica al meglio, e costituisce il presupposto

---

<sup>26</sup> Corrado Barberis, *Capitale umano e stratificazione sociale nell'Italia agricola secondo il 6° Censimento Generale dell'Agricoltura 2010*, ISTAT, Roma, 2013.

<sup>27</sup> Micaela Conterio et al., *L'universo femminile in agricoltura. Una preziosa risorsa*, INEA, 2013.

<sup>28</sup> Catia Zumpano, *Il ruolo della donna nelle aree rurali: scenari attuali e futuri*, "Rivista dello Sviluppo Rurale", n. 10/2007, INEA.

esistenziale di produzioni che non potrebbero (e, si spera, non dovrebbero) divenire massive, date in pasto ad una grande distribuzione iniqua e omologante.

Il quesito sulla **composizione di genere dell'organico aziendale** e sulla divisioni uomo-donna delle mansioni ci ha permesso di estendere l'indagine anche ai **ruoli** rivestiti dalle donne nelle aziende: anche qui il dato che emerge accomuna praticamente tutte le attività dal Nord al Sud del Paese.

Per quanto riguarda il loro ruolo nelle azienda agricole, tipologia di imprese nelle quali sono impegnate nove delle quindici intervistate, le donne del comparto lattiero caseario manifestano un'aderenza impressionante tra titolarità e conduzione d'impresa: tutte loro sono infatti titolari d'impresa e/o socie per le quote maggiori, ma nessuna si limita a fare da prestanome a familiari che risultano in realtà occupati in settori lavorativi diversi (Zumpano, 2007)<sup>29</sup>, fenomeno che da sempre caratterizza l'intero agroalimentare nazionale. Il loro impegno nelle aziende si dispiega infatti in tutte le fasi della filiera, dalla mungitura alla caseificazione, dallo sfalcio all'amministrazione, in una corsa continua per allineare i "tempi del latte" a quelli della famiglia.

Non esiste una grande disparità di ruoli tra uomini e donne in questa tipologia di aziende: come detto, i lavoratori corrispondono qui ai membri della famiglia, per cui la presenza maschile e femminile di solito è equilibrata nei numeri quanto nei ruoli, e in poche parole tutti sanno fare tutto. È interessante però notare come metà di queste imprenditrici abbia appreso l'arte della caseificazione dalle donne della famiglia, mamme, zie, suocere e nonne, che a tutt'oggi affiancano le nuove produttrici. Non solo la produzione, ma soprattutto la trasmissione dei saperi legati al latte sono state dunque appannaggio delle donne: la loro eredità costituisce oggi la vera anima delle nostre eccellenze casearie.

La stessa anima "rosa" caratterizza anche le aziende strutturate in forma di caseifici: anche qui sono le donne dell'attuale generazione e delle generazioni passate a farla da "padrone" (emblematico è il caso di Maria Gennari ed Elsa Mambelli), in veste di titolari e collaboratrici, molto meno dedite però alla produzione. Sia nei ruoli dirigenziali che in quelli operativi, tra i quali spiccano la tenuta della contabilità, il confezionamento e soprattutto la commercializzazione dei prodotti, la presenza femminile risulta essere maggioritaria rispetto a quella maschile nelle aziende del Nord Italia, le cui percentuali di occupate variano dal 73% al 66%, mentre per le aziende incentrate su lavorazioni di secolare impronta maschile come quella del Parmigiano o del Centro Sud, la quota femminile si attesta su una media del 15%.

A prescindere dalla veste giuridica e dalle dimensioni aziendali, ciò che si rileva è che lo sforzo comune a tutte le operatrici intervistate è meravigliosamente dedito alla conservazione delle

---

<sup>29</sup> *Idem*<sup>27</sup>.

eccellenze tramandate, dal *Macagn* al *Formai de Mut* delle valli alpine, dal *Pecorino di Picinisco* alla *Provola delle Madonie*. Ecco perché molte di loro rivestono i ruoli di presidenti dei consorzi, delle sezioni CIA e Confagricoltura, delle delegazioni territoriali di associazioni di tutela: anche questo dato non è da poco, sintomatico forse di quell'indole al comando di cui Barberis parla, che lungi però dall'essere sterilmente autoreferenziale, si pone come difensiva delle identità e delle culture collettive di cui le donne si sentono responsabili, essendone state generatrici.

Nessuna di loro ha inoltre accennato al termine "guadagno", se non per affermare che "*la sua ottica, in questo mestiere, non l'abbiamo mai presa in considerazione*" (Carmelina Colantuono). Ciò che conta è la qualità del loro prodotto, è il benessere dei loro animali, è la soddisfazione dei loro clienti. Tutto il resto sono sacrifici immani che non esitano ad affrontare, perché "*Le emozioni che si provano producendo e aprendo le porte ai visitatori si antepongono ai sacrifici: è la passione che ci muove, e con questa passione una donna può trovare nella produzione casearia una realizzazione che pochi altri mestieri garantiscono*" (Pasquina Netti).

La passione di cui parla la signora Netti è la stessa con cui esse innovano la loro offerta e strutturano i loro ambienti produttivi per l'accoglienza dei visitatori: emblematico è il caso di Marta Zampieri, Emanuela Perenzin, Rosa Lella, Grazia Invidiata, che tra malga, ristorante-*cheese bar* e fattorie didattiche offrono ai loro ospiti percorsi diretti alla scoperta dei loro territori e della cultura casearia. Altrettanto emblematico è il caso di Carmelina Colantuono, che pur di salvare una tradizione di cui è l'ultima custode, la Transumanza, annualmente sfida le amministrazioni locali e i soliti scettici percorrendo a piedi 200 km fino alla Puglia, recando con sé gli animali di famiglia e i visitatori che mira a coinvolgere, la cui curiosità viene appagata da un'esperienza di quelle che ti rimangono nel cuore.

Un altro elemento comune rilevato nella prima fase di ogni intervista è quello relativo ai **livelli di istruzione** dei soggetti, il cui dato è sorprendente: su 14 produttrici intervistate, 7 sono laureate, tre delle quali in Agraria, con specializzazioni in Zootecnia e Tecnologie casearie; tra le altre facoltà prescelte Economia Aziendale, Ingegneria, Lettere; seguono i diplomi di istituto tecnico per ragionieri e periti agrari, solo un caso di diploma di scuola media inferiore. A questo dato si aggiunge quello relativo alla variabile **età** riferita al campione, con un intervallo da 26 ai 60 anni, in linea con il *trend* generale dell'intero agroalimentare. Il dato che si oppone a questa tendenza è proprio quello della percentuale delle laureate: le sette dottoresse corrispondono a sette delle nove titolari di aziende agricole, e considerato che in Italia la quota di conduttrici agricole (pari al 33% del totale dei conduttori) in possesso di un titolo di laurea è pari al 6%, stando alla percentuale del campione non sarebbe sbagliato pensare al lattiero caseario come un comparto nel quale le donne sono mediamente più istruite.

Ciò che più impressiona però è l'importanza che la formazione scolastica, ma soprattutto professionale, riveste per le intervistate e specialmente per coloro che si sono affacciate al mestiere non supportate da una tradizione familiare. Questo è dovuto *in primis* alla complessità che caratterizza la produzione casearia, nella quale il benché minimo errore di valutazione delle variabili in gioco mette a repentaglio la fatica di mesi, minacciando seriamente la redditività aziendale, per cui la formazione si rende uno strumento imprescindibile.

Ma c'è di più, oltre alla tecnologia: la formazione continua ed elevata è avvertita da tutte come unico mezzo di affermazione professionale piena, e che valga loro il rispetto dei colleghi. Per coloro che hanno intrapreso una formazione universitaria settoriale, l'essere laureate ha inoltre permesso di correggere e migliorare problematiche di allevamento e produzione, meglio ancora tramite il mantenimento di rapporti con enti di ricerca a cui sottoporre i propri progetti, in un sistema di scambio che ha reso la loro immagine aziendale innovativa e scientificamente supportata. Tra tutte queste motivazioni, spicca un interesse alla formazione direttamente rivolto alle sorti del settore, ben espresso da Maria Pia quando la stessa produttrice afferma: *“ritengo la formazione un elemento imprescindibile per il nostro mestiere, sia in termini di professionalità, che in termini di “reputazione”. Credo che solo la formazione continua e multidisciplinare degli operatori possa riscattarci dall'idea di un settore “ignorante”, come troppo spesso il lattiero caseario viene considerato”*.

È probabilmente nella ricerca continua di conferme alla propria professionalità che queste donne trovano una grande consapevolezza del loro ruolo, ma soprattutto del **valore aggiunto** delle quali sono portatrici.

Le loro opinioni in merito convergono innanzitutto nel constatare alcune caratteristiche che loro stesse definiscono “connaturate” al genere, quali l'attenzione per l'igiene, la metodicità, la precisione, fattori che concorrono ad elevare qualitativamente le loro produzioni. *“Le donne del settore vengono spesso definite “le farmaciste”: è risaputo che la qualità del formaggio passa per la qualità del latte, che risiede nella pulizia: degli ambienti, degli animali, della persona. Nella maggior parte dei casi la cura che prestiamo a questi aspetti è massima, e massimizza quindi la bontà di quello che facciamo”* (Marta Zampieri). La donna “nutre” per antonomasia, e dunque la cura che riserva all'alimentazione è la stessa che imprime nel produrre, cosicché la sua attenzione nei confronti della salute dei consumatori è la stessa che rivolge alla salute dei figli: *“il valore aggiunto delle donne per il settore lattiero caseario, che può valere per qualsiasi settore alimentare, è l'attenzione alla qualità. La donna, nonostante i vari cambiamenti di stile di vita degli ultimi decenni, rimane la principale responsabile degli acquisti familiari. Grazie a questa esperienza essa può aiutare l'azienda per cui lavora, e di conseguenza il settore di appartenenza, a*

*mantenere un livello medio alto di qualità dei propri prodotti, ed ad acquisire una sensibilità maggiore nel comprendere le esigenze del mercato” (Tullia Perrella).*

Sempre in riferimento alle produzioni, le altre prerogative che le donne si riconoscono risiedono nella particolare sensibilità agli aspetti comunicazionali del prodotto, nella ricerca di una buona estetica nella sua presentazione, nell’inseguimento di un’immagine perfetta, e tutto ciò perché, come ci spiega Angela Saba: *“sentiamo forte l’esigenza di valorizzare i nostri prodotti, esigenza che alle volte l’uomo produttore non riesce a cogliere, ma di cui il mercato ha assoluto bisogno. E per valorizzazione intendo dotare il prodotto di significati che corrispondano alle aspettative di un target particolare, quello attento alla qualità.”*

A supportarle in questa loro “missione” ci sono *“La pazienza, la capacità di organizzare le mille sfaccettature che la vita quotidiana in un’azienda familiare presenta, la lungimiranza e con il tempo la saggezza di valutare le variabili legate all’evolversi della natura. Il nostro naturale senso materno ci porta ad avere cura nei dettagli naturali della vita”* (Manuela Ceruti). E poi ancora una fantasia galoppante, un dinamismo poliedrico e una creatività che *“ci aiutano soprattutto nei momenti di crisi: di fronte agli ostacoli e ai problemi, quali possono essere quelli relativi alle variabili tecnologiche della caseificazione, ad esempio, la capacità creativa ci induce a risolverli senza dover ricorrere a supporti esterni”* (Marta Zampieri). Di fronte alle criticità le Donne del Latte sembrano dunque non arrendersi, anzi tutte sono d’accordo sulle loro capacità di *“sapersi adattare alle varie attività migliorandole. Ecco, gli uomini molto spesso “eseguono” un’attività, quando questa è ripetitiva. La eseguono quasi sempre uguale. La donna esegue e migliora quello che fa”* (Carmelina Colantuono).

Ma qui veniamo alle dolenti note. Già, perché se tante e varie sono le doti delle nostre protagoniste, altrettante sono le **problematiche** che caratterizzano le loro giornate di Donne del Latte, ma soprattutto di donne - imprenditrici.

Primo fra tutti il pregiudizio, neanche tanto latente. Anzi, direttamente espresso in varie occasioni, declinato in scetticismo e mancato supporto da parte di un mondo (maschile) che fatica a vederle “all’altezza del mestiere”, e tantomeno soggetti capaci di una carriera imprenditoriale autonoma. *“Ho sperimentato il compromesso di cinismo e disponibilità che implica lo stare nel settore, e sono sicura che questo a un uomo non è richiesto nei termini con cui viene richiesto a noi”*, constata amaramente Angela Saba, supportata da Maria Pia: *“scarsissima è la partecipazione anche ai processi decisionali che riguardano le produzioni e i territori, io stessa mi sono trovata spesso a partecipare in riunioni in cui rappresento puntualmente l’unica donna, e l’impressione è quella di non essere presa sul serio”*.

Da queste affermazioni si potrebbe dedurre un sentimento di avversità nei confronti della controparte maschile. Non è così: in realtà molte delle intervistate definiscono il rapporto uomo-

donna nel comparto semplicemente in termini di “diversità” di approccio alle fasi della filiera, diversità che, se riconosciute e valorizzate, risulterebbero complementari al sostegno del comparto. Alcune di loro ritengono inoltre il ruolo maschile assolutamente fondamentale in determinati *step* del processo, oltre che una fonte di aiuto inesauribile per un lavoro che comporta uno sforzo fisico intenso e prolungato; tutto ciò che queste donne auspicano è dunque una sussidiarietà di figure maschili scevre da pregiudizi, perché quello che nelle aziende “rosa” gli uomini potrebbero trovare è solo accoglienza e occupazione.

Le interviste fanno emergere una problematica a cui sempre si rimanda quando si parla di occupazione femminile, la conciliazione tra i tempi di lavoro e i tempi famigliari, la quale limita notevolmente le donne sia nell’attività di formazione che nell’organizzazione efficiente delle aziende.

Oltre che nella difficoltà di conciliazione famiglia-lavoro, uno dei grandi impedimenti alla crescita dimensionale e professionale a cui le imprenditrici aspirano è da ricercarsi nel limitato accesso al credito. È impressionante registrare come nel nostro Paese esista una forma di disparità simile, che molte delle intervistate non esitano a definire assurda: *“Nonostante siamo i soggetti a più alta solvibilità bancaria<sup>30</sup>, assolvendo tutti i nostri pagamenti spesso addirittura in contanti pur di non aver debiti pendenti, faticiamo ad ottenere prestiti ed agevolazioni se questi non sono supportati da garanzie a titolarità maschile”*.

Se a ciò si somma una burocrazia sfiancante, molte delle intervistate dichiarano di avvertire il percorso che si profila loro davanti pieno di ostacoli, e a nulla vale invocare una maggiore libertà di azione in un settore già gravato da vincoli legislativi importanti in ogni suo aspetto. A nulla valgono soprattutto i comuni strumenti di tutela e promozione del lavoro femminile, che dimostrano evidenti lacune nel supporto all’impegno familiare e che si risolvono in strumenti che incrementano fittiziamente la partecipazione di genere nelle imprese. Sempre Marta Zampieri ritiene ad esempio *“una legge come quella delle quote rosa inutile, perché non meritocratica in tutti i settori dell’economia. La partecipazione femminile non deve essere imposta, né alla collettività, né alle stesse donne”*, supportata da Eleonora Borgonovi che afferma: *“Non vedo con favore gli strumenti di tutela che partono dal presupposto che le donne necessitano di un aiuto supplementare, poiché*

---

<sup>30</sup> Le imprenditrici italiane sono debentrici più affidabili rispetto agli uomini. E’ la conclusione cui giunge un’analisi sulla sopravvivenza di microimprese che utilizzano il credito per la prima volta realizzata da Davide Coin, funzionario presso l’Unità di ricerca economica della Banca d’Italia (D.Coin, *Are female entrepreneurs better payers than men?*, Occasional paper in *Questioni di economia e finanza*, Banca d’Italia, Roma, 2013). Lo studio prende in considerazione il periodo che va dal gennaio 2005 al dicembre 2008, e monitora la qualità dell’esposizione finanziaria femminile fino a dicembre 2010. I dati sono stati elaborati dalla Centrale Rischio della Banca d’Italia, la quale fornisce informazioni su tutta la popolazione italiana che ha prestiti con il sistema bancario italiano. A tracciare un quadro del comportamento dei debitori in Italia vi è inoltre un’analisi effettuata da Intrum Justitia (*Ritratto dei debitori italiani*) sul proprio database di pratiche gestite dal 2003 al 2007 (circa un milione). Il gruppo europeo specializzato nei servizi di gestione e recupero crediti ha infatti confrontato la distribuzione del totale della popolazione italiana con la ripartizione del totale delle pratiche gestite verso debitori privati e, analizzando i dati, emerge che i debitori più affidabili sono le donne e gli «over 60», mentre i clienti più a rischio di insolvenza si trovano nella fascia d’età tra i 25 e i 34 anni e geograficamente in Campania (Intrum Justitia, *Ritratto dei debitori italiani*, Milano, 2013).

*lavoro ogni giorno con donne forti, in ruoli di comando, che hanno costruito la propria posizione su basi di forte impegno, passione e alta formazione”, quasi a dire dunque che le donne del comparto sanno promuovere ampiamente il proprio lavoro, ma necessitano di strumenti giusti.*

Tra questi ultimi, alcune di esse indicano l'**associazionismo**: quasi tutte le intervistate appartengono a diversi ambienti dell'agroalimentare istituzionale e *non profit*, primi fra tutti Slow Food, ONAF, ANFOSC, ma anche la CIA e i diversi consorzi di produttori, realtà nelle quali sovente ricoprono ruoli importanti, come si diceva. La loro opinione in merito all'esperienza di produttrici, studiose e donne in queste associazioni è positiva, nella misura in cui anche *“l'associazionismo, per una donna, è un fattore comportamentale connaturato: così come da madri cerchiamo di mettere pace tra i figli e gli altri membri della famiglia, così tendiamo a metter pace tra gli associati. Sappiamo mediare. Nella mia esperienza ho rilevato la tolleranza e l'inclinazione alla cooperazione di cui siamo capaci”*. (Marta Zampieri)

L'importanza di queste organizzazioni risiede per queste donne in particolari opportunità offerte ai propri associati: *in primis* le varie occasioni di confronto e scambio con soggetti con cui problematiche e percorsi siano condivisi; inoltre, anche in questo contesto, le Donne del Latte ribadiscono l'importanza di elementi come la formazione professionale e l'educazione al consumo, obiettivi di cui di quasi tutte le associazioni sono portatrici: *“La formazione, attraverso gli incontri in associazione, aiuta ad acquisire consapevolezza come consumatori e come produttori. I produttori appartenenti al settore lattiero caseario dovrebbero imparare a collaborare di più con le associazioni sia per divulgare che per acquisire informazioni”*(Tullia Perrella), mentre *“le associazioni che operano selezionando i propri membri sulla base delle competenze professionali, offrendo formazione di alto livello, consentono di esportare un'idea di Paese unito ed organizzato che giova sensibilmente all'economia italiana. In questo contesto, noto sempre più il ruolo di primaria importanza di figure femminili che vivono con massima serietà, impegno e rigore la propria posizione”* (Eleonora Borgonovi).

### 3. Conclusioni

Tra le prospettive di analisi volte a rimettere al centro della discussione sul futuro socio-economico del Paese il settore agroalimentare e le sue eccellenze, le tematiche di genere stanno assumendo un'importanza sempre più rilevante. I dati censuari e della ricerca nazionale hanno messo in luce, infatti, un impegno femminile numericamente crescente e determinante nell'impulso alla promozione qualitativa e culturale delle produzioni. Ne sono una dimostrazione i risultati eccellenti delle aziende "rosa", la loro capacità di relazione con il mercato, soprattutto il loro credere nella "rete", essendo frutto della loro sinergia le sezioni femminili delle maggiori confederazioni di categoria, ma anche la componente fortemente femminile del mondo dell'associazionismo tra produttori e tra consumatori.

L'impegno delle "donne della terra" non si ferma però alle fasi primarie dell'agricoltura. Esso si estende a tutti gli stadi della filiera agroalimentare, rimanendo intatto nell'intensità, nelle aspirazioni, nelle dinamiche. Molti di queste filiere sono a tutt'oggi inesplorate nella loro composizione di genere, e il comparto lattiero caseario, tra i settori trainanti dell'intero agroalimentare, ne è un esempio lampante.

Il presente ha voluto significare innanzitutto questo: un tentativo di mettere sotto la lente di ingrandimento della questione di genere il variegato mondo del latte, che un antico e infondato retaggio culturale, tutt'oggi esistente, considera un mondo "da uomini". L'ipotesi che lo ha condotto è che la carenza di informazioni sul fenomeno del lavoro femminile nel comparto lattiero caseario finisca per sottovalutare una componente rilevante di capitale umano, che seppure non rilevante dal punto di vista numerico, trova in sé connaturati *know-how* e motivazioni imprescindibili per un approccio vincente al futuro del settore.

La ricerca sul campo, grazie all'intervista diretta di diciassette professioniste appartenenti non solo al mondo della produzione e al mondo della ricerca legata al settore caseario, mi ha permesso di definire un profilo identitario generale che fosse particolarmente rappresentativo delle donne coinvolte nel comparto, nel minimo tentativo di colmare una lacuna informativa sulle loro esperienze.

Sulla scorta delle esperienze personali e professionali delle intervistate, il riconoscimento dell'impegno femminile si è rivelato particolarmente espressivo di quelle capacità richieste ai nuovi operatori, individuate nei precedenti paragrafi come determinanti per l'evoluzione del comparto lattiero caseario: tutte le operatrici sono concordi nel definirsi soggetti imprenditoriali attenti alla qualità, ai territori, decisi ad affermarsi in prima linea per la difesa dell'eccellenza casearia nazionale nel mercato interno ed estero. Nel descrivere il valore aggiunto del loro impegno, queste donne si confermano come soggetti fortemente *market-oriented*, e il riconoscimento del loro

potenziale apporterebbe dunque al settore i benefici dati da un capitale umano altamente formato, professionale e proattivo: la vera risorsa vincente quando si parla di sfide come quelle che attendono l'agroalimentare *made in Italy*.

Oltre agli aspetti messi maggiormente in evidenza negli scorsi paragrafi, vorrei concludere aggiungendo che tanti altri sono i significati delle esperienze femminili raccolte.

L'amore per il proprio mestiere come chiave della felicità. La formazione e la consapevolezza come sale della propria professionalità. L'entusiasmo e il coraggio come motori di quotidianità intense, agognate, molte volte sofferte, ma straordinariamente vissute nella loro ricchezza.

La sintesi perfetta di tutto ciò è nell'affermazione di una delle più giovani intervistate, nella quale ho definitivamente rintracciato il valore delle loro scelte: *“solo l'amore per quello che faccio mi spinge a farlo, ma imparando questo mestiere ho capito quanto esso ti sappia restituire ciò che nella vita più conta, con un principio meritocratico: se ti sei impegnato come la natura richiedeva, essa ti restituisce un benessere non apparente, ma vero, duraturo”*.

A tutte loro, e a quante della mia generazione abbiano la fortuna di essere “Donne del Latte”, il mio augurio perché questa ricerca della felicità attraverso la propria natura e il proprio lavoro, continui a trovare nella cultura del latte la conferma del proprio indiscutibile valore.

## Bibliografia

9° Censimento dell'industria e dei servizi e Censimento delle istituzioni non profit. Primi risultati, ISTAT, Roma, 2013.

Alessandro Olper, Roberto Pretolani, (1999), *I soggetti della politica agraria*, in Atti del XXXVI Convegno di Studi SIDEA, Milano, 9-11 settembre 1999, Franco Angeli Editore, Milano.

Angelo Rossi, (2005), *Il latte: mercato e prospettive*, in Atti del Convegno "Il latte italiano, quale futuro?", a cura della Coldiretti sezione di Parma e CLAL Consultancy and Market Research for Food and Dairy, Medesano.

Catia Zumpano, (2007), *Il ruolo della donna nelle aree rurali: scenari attuali e futuri*, "Rivista dello Sviluppo Rurale", n. 10/2007, INEA.

Carlo De Rose, (2003), *Che cos'è la ricerca sociale*, Carocci, Roma.

Corrado Barberis, (2013), *Capitale umano e stratificazione sociale nell'Italia agricola secondo il 6° Censimento Generale dell'Agricoltura 2010*, ISTAT, Roma.

Daniele Coin, (2013), *Are female entrepreneurs better payers than men?*, Occasional paper in *Questioni di economia e finanza*, Banca d'Italia, Roma.

Direzione Generale dello Sviluppo Rurale, Infrastrutture e Servizi, *Ristrutturazione del settore lattiero-caseario*, Contributo tematico per l'aggiornamento del PSN, Rete Rurale Nazionale, Programma 2007-2013.

Elena Pagliarino, Sara Pavone, Sergio Marzullo, Giuseppe Calabrese, (2011), *La filiera lattiero casearia piemontese di fronte alla crisi: imprese best performances e politica di sviluppo rurale*, in Atti della XXXII Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Torino.

Gian Mario Anselmi, (2011), *Banchetti letterari. Cibi, pietanze e ricette nella letteratura italiana da Dante a Camilleri*, a cura di Gino Ruozzi, Carocci Editore.

Herbert Dorfmann, (2013), *Progetto di relazione sul mantenimento della produzione del latte nelle zone di montagna, nelle zone svantaggiate e nelle regioni ultraperiferiche dopo la scadenza del regime delle quote latte*, Commissione del Parlamento Europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, Bruxelles.

ISMEA, (2013), *Trimestrale Ismea di analisi e previsioni per i settori agroalimentari. Tendenze del lattiero caseario, I Trimestre 2013*, numero 2/13, 6 maggio 2013, pp. 5-8.

M.Adua, (2006), *L'agriturismo delle donne: dalla terra all'ospitalità*, in Atti del Seminario "Donne della terra: i loro "numeri" per e nell'agricoltura", ISTAT, Roma.

Maria Giuseppina Muzzarelli, Fiorenza Tarozzi, (2003), *Donne e cibo. Una relazione nella storia*. Bruno Mondadori Editore, Milano.

Maria Rosaria Carli et al., (2008), *Analisi economico- strutturale delle diverse filiere agroalimentari nel Mezzogiorno. Il settore agroalimentare in Puglia*, Quaderno ISSM n. 130-C , Istituto di Studi sulle Società nel Mediterraneo, Napoli.

Martino Cassandro, Marcello Mele, Erminio Trevisi, (2010), *Sicurezza e tracciabilità nei sistemi di produzione del latte*, Aracne Edizioni, Roma.

Micaela Conterio et al., (2013), *L'universo femminile in agricoltura. Una preziosa risorsa*, INEA, Roma.

Paolo Sckokai, (2008), *La rimozione delle quote e il futuro della produzione di latte in Italia*, Agriregionieuropa, Anno IV, Numero 13.

Roberto Rubino, (2013), *Il mercato del latte oltre le quote latte, tra tentativi vacui e necessità di diversificare*, Qualeformaggio.it.

Roberto Rubino, Luigi Cremona,(2004), *Il carrello dei formaggi*, La biblioteca di Caseus, Potenza.

## Sitografia

Associazione “Famiglie Rurali Sinistra Piave”	<a href="http://www.afrsinistrapiave.it">www.afrsinistrapiave.it</a>	Dicembre 2013
Agricoltura 24	<a href="http://www.agricoltura24.com">www.agricoltura24.com</a>	Dicembre 2013
Agriregionieuropa	<a href="http://www.agriregionieuropa.univpm.it">www.agriregionieuropa.univpm.it</a>	Ottobre 2013
Banca d’Italia	<a href="http://www.bancaditalia.it/pubblicazioni.it">www.bancaditalia.it/pubblicazioni.it</a>	Novembre 2013
CLAL	<a href="http://www.clal.it">www.clal.it</a>	Novembre 2013
Confagricoltura	<a href="http://www.confagricoltura.it">www.confagricoltura.it</a>	Novembre 2013
Centro Servizi Volontariato Friuli Venezia Giulia	<a href="http://www.csv-fvg.it">www.csv-fvg.it</a>	Dicembre 2013
Donne in Campo – CIA	<a href="http://www.donneincampo.it">www.donneincampo.it</a>	Novembre 2013
<i>Food and Agriculture Organization</i>	<a href="http://www.fao.org">www.fao.org</a>	Novembre 2013
Finanza Alternativa	<a href="http://www.finanzalternativa.it">www.finanzalternativa.it</a>	Ottobre 2013
Gazzetta di Parma	<a href="http://www.gazzettadiparma.it">www.gazzettadiparma.it</a>	Ottobre 2013
Unioncamere	<a href="http://www.impresitoriafemminile.camcom.it">www.impresitoriafemminile.camcom.it</a>	Novembre 2013
Istituto Nazionale di Economia Agraria	<a href="http://www.inea.it">www.inea.it</a>	Novembre 2013
Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare	<a href="http://www.ismea.it">www.ismea.it</a>	Novembre 2013
Istituto di Studi sulle Società del Mediterraneo	<a href="http://www.issm.cnr.it">www.issm.cnr.it</a>	Dicembre 2013
Istituto Nazionale di Statistica	<a href="http://www.istat.it">www.istat.it</a>	Ottobre 2013
Largo Consumo	<a href="http://www.largoconsumo.info">www.largoconsumo.info</a>	Ottobre 2013
<i>PER</i> - Percorsi Enogastronomici di Ricerca	<a href="http://www.perperenzin.com">www.perperenzin.com</a>	Dicembre 2013
Rete Rurale Nazionale	<a href="http://www.reterurale.it">www.reterurale.it</a>	Dicembre 2013
Slow Food	<a href="http://www.slowfood.it">www.slowfood.it</a>	Novembre 2013