Rolfi: Bitto e Valtellina Casera simboli di montagna e agricoltura eroica

Categorie: Agricoltura, Coronavirus

Le Dop Bitto e Valtellina Casera compiono un quarto di secolo. Per celebrare i 25 anni della registrazione dei due formaggi simbolo della Valtellina tra le denominazioni di origine protetta, il Consorzio di tutela lancia una nuova campagna di promozione 'Alle origini del Gusto' e un piano strategico di investimenti sul territorio per il biennio 2021-2022 del valore complessivo di 600.000 euro.

Le iniziative

Le iniziative, finanziate grazie ai fondi del Psr 2014-2020 della Lombardia, prevedono attività promozionali e turistiche sul territorio (tra cui la partenza a luglio del primo cammino del Bitto e del Valtellina Casera Dop), press tour, spot televisivi e radiofonici su scala nazionale e locale, azioni sui social media e iniziative di marketing nei supermercati e nei punti qualità nazionali per tutto il biennio 2021-2022. Ad annunciarlo oggi in conferenza stampa il vicepresidente del Consorzio, Franco Marantelli Colombin, alla presenza dell'assessore all'Agricoltura, Alimentazione e Sistemi verdi della Regione Lombardia, Fabio Rolfi.

Rolfi: Lombardia terra di formaggi Dop

"La Lombardia – ha dichiarato Fabio Rolfi, assessore all'Agricoltura, Alimentazione e Sistemi verdi della Regione Lombardia – produce 14 dei 49 formaggi Dop italiani. I prodotti agroalimentari Dop Igp della Lombardia hanno un valore di produzione complessiva di 1,8 miliardi di euro, con una crescita del 15% all'anno nel periodo pre Covid, pari al 23,2% del totale nazionale. Bitto e Casera sono due simboli della Lombardia e dell'agricoltura di montagna".

Lavoro di promozione

"L'indagine realizzata su questi due prodotti – ha continuato l'assessore – ci dice che c'è ancora un grande potenziale da sfruttare. La Regione è e sarà in prima linea insieme al Consorzio per promuovere a livello comunicativo la qualità di questi formaggi eccezionali. Nonchè per farli conoscere al grande pubblico e dare così il giusto valore al lavoro degli agricoltori".

Una tradizione nata con i Celti

"Con questa campagna – ha spiegato Franco Marantelli Colombin – vogliamo rilanciare al grande pubblico due formaggi espressione di un'antica tradizione casearia. Tramandata sul nostro territorio fin dal tempo dei Celti. Bitto e Valtellina Casera sono due produzioni strategiche per la Valtellina, che generano un fatturato di 13 milioni di euro e ogni anno danno lavoro a 650 persone".

Formaggi ancora poco conosciuti

"Due formaggi – continua il vicepresidente del Consorzio – ancora poco conosciuti dal grande pubblico, se non al Nord Ovest dell'Italia, ma apprezzati da chi li conosce. Secondo una recente indagine commissionata dal Consorzio solo il 23,5% degli italiani conosce queste produzioni. La campagna nasce con l'obiettivo di far conoscere maggiormente queste eccellenze. Questo anche perché in linea con le richieste dei consumatori che cercano sempre più prodotti Dop e con materia

prima italiana. Alla campagna si aggiungeranno anche le celebrazioni per il 25ennale del Consorzio, che ricorreva nel 2020, rimandato causa Covid”.

Bitto e Valtellina Casera al test del pubblico

Bitto e Valtellina Casera sono apprezzati da chi li acquista per il loro sapore di montagna e per la loro tipicità, intesa come stretto legame con il territorio, ma ancora poco conosciuti dal grande pubblico. Che deve imparare ad amarli. È questa la fotografia di Bitto e Valtellina Casera Dop scattata dall’indagine SG marketing ‘Conoscenza e percepito dei formaggi Bitto e Valtellina Casera Dop tra i consumatori italiani’ presentata martedì 25 maggio. Un italiano su 4 conosce Bitto e Valtellina Casera, ma 6 conoscitori su 10 ne diventano consumatori.

Confronto con Dop storiche

A confronto con Dop storiche come Gorgonzola, Asiago e Fontina, Bitto e Valtellina Casera sono conosciuti dal 22% e dal 25% degli intervistati, con una penetrazione al consumo del 13% e del 15%. Un dato che cambia restringendo il campo degli intervistati a Nord Ovest dell’Italia, dove la conoscenza delle due produzioni si impenna. Bitto e Valtellina Casera sono conosciute da oltre la metà dei residenti (54%), con una penetrazione al consumo del 39% e 36%.

Tipici del territorio

Al pari di Asiago e Fontina, Bitto e Valtellina Casera sono percepiti dai loro consumatori come tipici di un territorio (54%), prodotti secondo le regole della certificazione Dop (45%) e formaggi di alpeggio (43%), anche se di fatto il Valtellina Casera è un formaggio di latteria.

Chi li consuma li ama e ne distingue le specificità. Il 52% dei conoscitori del prodotto è consapevole del fatto che Bitto e Valtellina Casera vengono prodotti rispettando le regole della tradizione del territorio valtellinese. E che i due formaggi vengono realizzati uno in estate, portando i bovini al pascolo in alta quota e l’altro in inverno quando i bovini scendono nelle stalle di fondo valle.

Montagna e genuinità

Sono due le immagini maggiormente associate dai consumatori ai formaggi Dop Bitto e Valtellina Casera: la montagna, con i suoi valori tipici di naturalezza e genuinità (63% e 61%), e il gusto inconfondibile (58% e 46%). Si posiziona in terza battuta la produzione a km zero. Con l’approvvigionamento del latte direttamente in valle (38% e 40%). Un dato quest’ultimo che si concilia bene con le richieste degli italiani sulla sostenibilità dei formaggi.

I fattori per la scelta dei formaggi

Sostenibilità che, dopo l’italianità, la Dop e il prezzo concorrenziale è il quarto tra i fattori principali nella scelta dei formaggi. Nella percezione del consumatore, per essere sostenibile, un produttore di formaggio deve, infatti, utilizzare solo latte a km zero (35% delle citazioni), garantire il benessere animale (34%), ottimizzare l’utilizzo di energia e acqua (28%), impiegare energia derivante da fonti rinnovabili (27%) e mantenere i metodi di produzione tradizionali/artigianali (22%).

La campagna ‘Alle origini del gusto’

La campagna di promozione ‘Alle origini del gusto’ dal claim ‘Assapora il tempo della natura’

permetterà di conoscere più da vicino i due prodotti caseari della Valtellina. Se il Bitto, il re dei formaggi di alpeggio estivo, affonda le sue radici nell'antichissima tradizione celtica di sfruttare i pascoli naturali d'estate e di trasformare il latte appena munto in formaggio, il Valtellina Casera è espressione della sapiente lavorazione delle prime latterie turnarie di Sondrio che raccoglievano il latte delle vacche discese a fondovalle per lavorarlo durante l'inverno.

Nel 2020 tengono le vendite dei due formaggi

L'emergenza Covid non ha fermato la produzione di Bitto e Valtellina Casera. Secondo gli ultimi dati diffusi dal Consorzio, il 2020 si è chiuso con 13 milioni di euro di fatturato (l'85% rappresentato dal Valtellina Casera e il 15% dal Bitto) in sostanziale parità sull'anno precedente. Complessivamente la produzione 2020 si è attestata a 19.130 quintali (17.030 per il Valtellina Casera e 2.100 per il Bitto) grazie a una filiera che conta 133 allevamenti, 13 caseifici (di cui 6 acquirenti primari/cooperative) e 16 stagionatori per il Valtellina Casera, mentre 54 alpeggi produttori (di cui 1 cooperativa) e 10 stagionatori per quella del Bitto.

Valtellina Casera trainante

A fare da traino tra le due Dop è il Valtellina Casera, che nell'ultimo anno ha registrato un'impennata produttiva del 20,5% (passando dai 14.130 quintali del 2019 ai 17.030 nel 2020). L'impennata però non si è tradotta in un deprezzamento del prodotto, che ha tenuto in termini di valore.

La flessione del Bitto

In flessione (-8,7%) invece la produzione del Bitto Dop: 2.100 quintali prodotti nel 2020 contro 2.300 del 2019.

gus