**ALLE ORIGINI DEL GUSTO**

**AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA DI PROMOZIONE PER I 25 ANNI DEL CONSORZIO: BITTO E VALTELLINA CASERA, SOLO 1 ITALIANO SU 4 LI CONOSCE,**

**MA 6 CONOSCITORI SU 10 LI APPREZZANO E DIVENTANO CONSUMATORI**

*Il vicepresidente Marantelli Colombin: “Obiettivo è rilanciare al grande pubblico due formaggi espressione dell’antica tradizione casearia valtellinese. Due Dop strategiche per la Valtellina, che generano un fatturato di 13 milioni di euro e danno lavoro a 650 famiglie sul territorio”.*

 *A luglio verrà inaugurato il “Primo cammino del Bitto e Valtellina Casera Dop”, mentre nei prossimi due anni verranno investiti 600 mila euro (grazie ai fondi del PSR 2014-2020) per far conoscere e apprezzare sempre di più questi 2 formaggi, che raccontano la storia della Valtellina.*

(Milano, 25 maggio 2021). Le Dop Bitto e Valtellina Casera compiono un quarto di secolo. Per celebrare i 25anni 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 **600mila euro**.

Le iniziative, finanziate grazie ai fondi del PSR 2014-2020, 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.

*“La 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 per covid, pari al 23,2% del totale nazionale.* - ha dichiarato **Fabio Rolfi**, assessore all’Agricoltura, Alimentazione e Sistemi verdi della Regione Lombardia - *Bitto e Casera sono due simboli della Lombardia e dell'agricoltura di montagna.* ***L'indagine realizzata su questi due prodotti 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, per farli conoscere al grande pubblico e dare così il giusto valore al lavoro degli agricoltori”.*

*“Con questa campagna* **-** ha spiegato **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. Due formaggi –* continua il vicepresidente del Consorzio di Tutela Bitto e Valtellina Casera *- ancora poco conosciuti dal grande pubblico, se non al Nord Ovest dell’Italia, ma apprezzati da chi li conosce. Sei conoscitori su 10 infatti ne diventano consumatori. 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, che hanno tutte le potenzialità per essere apprezzate anche fuori dalla Lombardia, 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 e che, causa Covid, siamo stati costretti a rimandare”.*

**BITTO E VALTELLINA CASERA, POCO CONOSCIUTI DAL GRANDE PUBBLICO (23,5%) A CONFRONTO CON FONTINA E ASIAGO (OLTRE 90%) MA CHI LI CONOSCE (60%) LI ACQUISTA RICONOSCENDONE TIPICITA’ E GUSTO DISTINTIVO.**

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 per l’occasione.  Un italiano su 4 conosce Bitto e Valtellina Casera, ma 6 conoscitori su 10 ne diventano consumatori.

**A confronto con DOP storiche** comeGorgonzola, Asiago e Fontina- che vantano oltre il 90% di notorietà a livello nazionale, e sono state assaggiate almeno una volta in media dal 78% degli italiani - **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 radicalmente 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 rispettivamente del 39% e 36%.

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.

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 km0**, 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.

**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 km0 (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 E IL PRIMO CAMMINO DEL BITTO E VALTELLINA CASERA DOP IN PARTENZA A LUGLIO**

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 strettamente legati alla tradizione di allevare il bestiame nell’arco alpino. 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. Fu proprio quest’alternanza del sistema di allevamento a dare origine alla produzione alternata di queste due diverse tipologie di prodotto in Valtellina.

Questa stretta connessione è dimostrata anche dalle radici etimologiche dei due prodotti: Bitu in celtico vuol dire “perenne”, e si riferisce quindi a un formaggio di lunga conservazione (ma può indicare anche due valli e un torrente, quello del Bitto che ha scavato la Valgerola), mentre il termine Casèra in dialetto valtellinese indica la latteria dove si lavorano i [formaggi](https://it.wikipedia.org/wiki/Formaggi) e il [burro](https://it.wikipedia.org/wiki/Burro), oltre al luogo di stagionatura.

Il primo cammino del Valtellina Casera e Bitto Dop, che sarà inaugurato a luglio, permetterà di conoscere luoghi e cogliere tutti i segreti di produzione dei due formaggi: dalla mungitura in alpeggio alla lavorazione nei calècc o nelle baite per il Bitto; dalla produzione del Valtellina Casera nelle latterie, fino ai ristoranti perfetti dove degustarli. I percorsi saranno raccontati attraverso una cartina a disposizione dei turisti nei punti informativi e negli enti turismo locali.

**NEL 2020 TENGONO LE VENDITE DEI DUE FORMAGGI CON 13 MLN DI EURO DI FATTURATO. È BOOM PRODUZIONE VALTELLINA CASERA: +20,5%**

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.

A fare da traino tra le due Dop, sia in termini produttivi che di fatturato, 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.

“Le dinamiche di mercato innescate dal Covid – *ha spiegato il vicepresidente del Consorzio di Tutela Valtellina Casera e Bitto Marantelli Colombin* – hanno portato gli allevatori a destinare meno quantità di latte per la produzione del fresco in favore di una maggiore produzione di formaggi stagionati. **Nonostante i surplus produttivi, va dato atto ai nostri produttori di aver avuto la capacità di trovare costanti sbocchi di mercato per il Valtellina Casera**, attraverso la GDO che rimane il primo canale distributivo. Negli ultimi tempi per questa Dop registriamo un costante un trend di crescita in termini quantitativi, con un + 26,7% negli ultimi 5 anni”.

In flessione (-8,7%) invece la produzione del Bitto Dop: 2.100 quintali prodotti nel 2020 contro 2.300 del 2019. **Per Marantelli Colombin:** *“A influire sul dato, sono state due stagioni piuttosto sfavorevoli, con l’ultima, quella del 2020, che ha visto le mandrie spostarsi in alpeggio più tardi rispetto al solito. C’è da dire che la produzione del Bitto, per natura, in quanto strettamente legata all’andamento meteorologico, subisce periodicamente queste oscillazioni in termini di produttività. Ciò non influisce soprattutto sulla qualità del prodotto, soggetta ogni anno a controlli puntuali da parte del consorzio”.*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Valtellina Casera | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** |
| Produzione (quintali) | 12.000 | 13.400 | 13.440 | 13.890 | 13.530 | 13.820 | 14.130 | 17.030 |
| N° forme | 159.715 | 179.083 | 179.234 | 185.139 | 180.351 | 184.286 | 188.523 | 227.004 |

Peso medio di una forma = 7,5 kg

Resa media = 9 %

I dati si riferiscono alle forme marchiate a fuoco e quindi commercializzate come Dop.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Bitto | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** |
| Produzione (quintali) | 2.260 | 2.400 | 2.500 | 2.440 | 2.450 | 2.540 | 2.300 | 2.100 |
| N° forme | 17.426 | 18.429 | 19.527 | 18.798 | 19.580 | 20.358 | 18.455 | 16.739 |

Peso medio di una forma = 13 kg

Resa media = 10 %

I dati si riferiscono alle forme marchiate a fuoco e quindi commercializzate come Dop.

**CONSORZIO PER LA TUTELA DEI FORMAGGI BITTO E VALTELLINA CASERA**

**Consorzio per la Tutela dei Formaggi Bitto e Valtellina Casera** opera dal 1995 in provincia di Sondrio per difendere l'unicità dei due formaggi DOP valtellinesi, tutelarli da qualsiasi imitazione e promuoverli sul mercato nazionale ed internazionale. E lo fa grazie ad una serie di scrupolosi controlli sull’intera filiera. I soci del Consorzio, che appartengono alle due filiere produttive sono 165 tra allevatori, produttori e stagionatori, piccole e grandi aziende zootecniche, latterie di paese e moderni caseifici. Dal 1996 Valtellina Casera e Bitto hanno conseguito la DOP: la loro produzione segue ritmi, saperi e regole ben precise dettate dai disciplinari di produzione, a garanzia dell’origine e dell’unicità di questi formaggi. L'ente certificatore a garanzia del consumatore è dal 1998 il CSQA di Thiene.

**#Followus su #formaggidopdivaltellina e su** [**www.ctcb.it**](http://www.ctcb.it)

**Per contatto:**

**INC – ufficio stampa**

**Valentina Spaziani - cell +39 3495743907** **-v.spaziani@inc-comunicazione.it**

**Ilaria Koeppen** **3420773826 -** **i.koeppen@inc-comunicazione.it**