

**AGRICOLTURA PRONTE INIZIATIVE PER VALORIZZARE IL CASEARIO LOCALE**

# Bergamo difende i formaggi dop

**BERGAMO**

**BERGAMO** è il territorio europeo con il maggior numero di formaggi Dop: 9 su 50 totali. Dal "formai dei mut" dell'Alta Valle Brembana allo "strachitunt", dal taleggio al bitto, dal provolone Valpadana al quartirolo lombardo e altri. Lista a cui si devono aggiungere i formaggi principi delle Orobie, da tempo oggetto di un progetto di promozione. Il lattiero-caseario bergamasco è uno dei più attivi nel panorama italiano, che secondo i numeri di Assolatte, conta duemila imprese di trasformazione, 25mila lavoratori, 15 miliardi di euro di produzione lorda vendite, di cui 2 all'export. L'argomento è stato al centro del convegno «Bergamo, capitale delle Dop, una opportunità da valorizzare», organizzato dalla Direzione generale Agricoltura nell'ambito de «Il sistema delle eccellenze lombarde». All'incontro, che si è svolto allo spazio Domus di piazza Dante, nel cuore di Bergamo, sono intervenuti l'assessore regionale all'Agricoltura, Gianni Fava; Gianluigi Bonaventini, presidente Alti Formaggi; Vincenzo Bozzetti, esperto di settore e direttore tecnico emerito della rivista «Il lat-

te»; Raoul Tiraboschi, presidente dell'associazione Signum, che gestisce lo spazio Domus, e Francesco Maroni, curatore del progetto «Forme».

**SECONDO** Fava «tutto ciò che è tutela e identità va bene, ma non sempre, perché se quel prodotto non esprime un valore economico, resta un esperimento romantico. Creare distintività va bene, ma non è sufficiente l'iniziativa di un singolo produttore, perché a competere con i grandi gruppi non basta la buona volontà. Serve promozione sul sistema, bisogna portare i prodotti nelle piazze e farli sentire alle persone. Poi ci preoccupiamo di conquistare i mercati stranieri, ma prima dobbiamo spiegare al nostro consumatore cosa sono le nostre produzioni casearie». Nella strategia di promozione rientra anche il progetto «Forme - Bergamo capitale europea dei formaggi», un percorso che ha l'obiettivo di aumentare la percezione di valore del prodotto, come è già stato fatto in altri settori, ad esempio quello dei vini. «Forme» è parte integrante di «Bergamo Experience», il progetto per promuovere il territorio in occasione di Expo.

**Rocco Sarubbi**



**ASSESSORE**  
**Gianni Fava**

