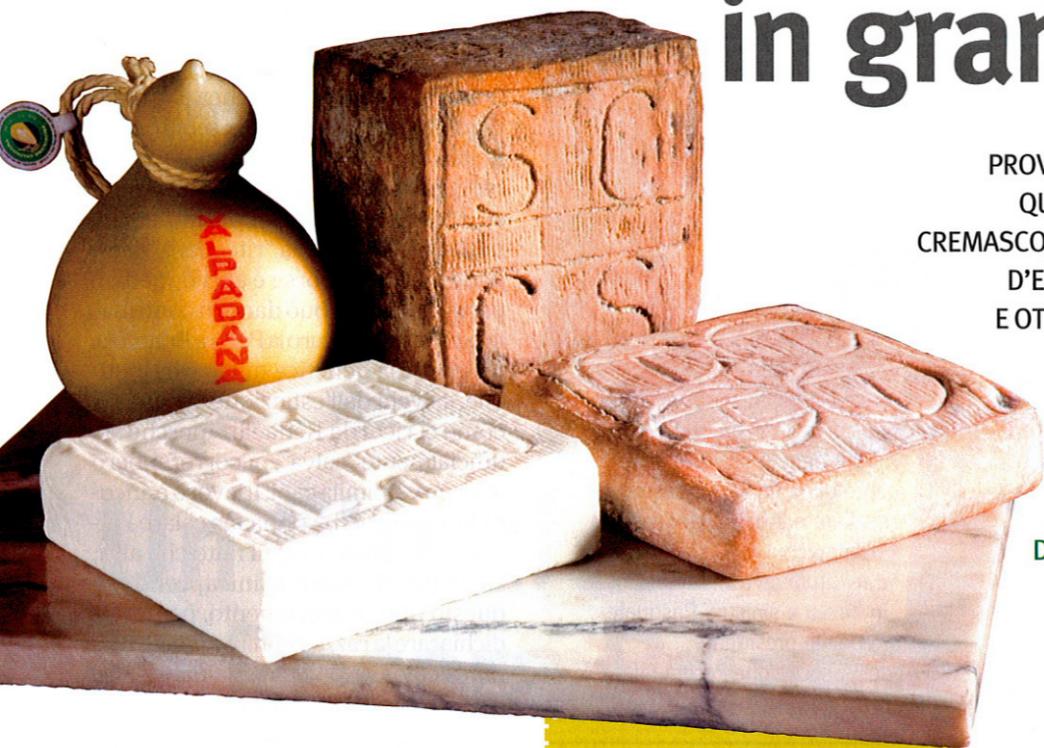


I magnifici quattro sono in gran forma



PROVOLONE VALPADANA, TALEGGIO, QUARTIROLO LOMBARDO E SALVA CREMASCO HANNO CREATO UNA SQUADRA D'ECCELLENZA PER UNIRE LE FORZE E OTTIMIZZARE LA COMUNICAZIONE.

LO HANNO FATTO DANDO VITA A UN MULTICONSORZIO, ALTIFORMAGGI, CHE VUOLE PROMUOVERE L'IMMAGINE DI QUESTI CAPOLAVORI DELL'ARTE CASEARIA LOMBARDA CON INIZIATIVE INTERESSANTI

L'unione fa la "forma" oltrechè la forza. Come si può intuire, si parla di formaggi, e che formaggi! È partita un anno e mezzo fa la sfida culturale, mediatica e divulgativa dell'associazione Altiformaggi, per iniziativa dei consorzi di tutela di quattro eccellenze gastronomiche lombarde: Provolone Valpadana, Taleggio, Quartirolo Lombardo e Salva Cremasco. Ed è partita innanzitutto puntando su un utilizzo evoluto e coinvolgente di internet, con la creazione di un sito che non solo parla delle quattro Dop, esaltandone la stretta connessione con i territori di cui sono figlie, ma contiene anche un blog dove i cultori del formaggio possono scambiarsi opinioni e dritte, o aderire a concorsi e varie altre iniziative. Ne abbiamo parlato con Vittorio Emanuele Pisani, direttore dei singoli consorzi, nonché coordinatore e anima di Altiformaggi. «Il progetto nasce dall'esperienza accumulata in ognuna delle realtà coinvolte, con l'obiettivo primario di raggiungere massa critica per avere un maggiore peso politico e, di conseguenza, un dia-

→ LA VETRINA ONLINE

Altiformaggi si propone di far conoscere i suoi prodotti attraverso un'attività di divulgazione culturale oltrechè promozionale. Per questo l'associazione è partita puntando su un sito internet dall'architettura curata e raffinata che vuole coinvolgere gli appassionati anche attraverso un blog.



logo più incisivo con istituzioni e partner commerciali, ottimizzando nel contempo i costi attraverso la condivisione di progetti comuni», ci spiega Pisani. La nuova realtà agglomerata è, per consistenza, seconda solo a quella dei "fratelli maggiori" del Grana padano, una graduatoria di tutto rispetto nel panorama italiano delle denominazioni d'origine e che, anche in tempi di crisi, viaggia in controtendenza nell'ambito del comparto agroalimentare. Va anche detto che le migliori performance di vendita si sono espresse soprattutto nell'export, con incrementi di fatturato nel 2009 dell'11,5 per cento per quanto riguarda i formaggi, secondo una recente indagine Ismea. La stessa ricerca evidenzia come la sola denominazione d'origine non determini automaticamente rilevanti variazioni nel fatturato complessivo delle aziende produttrici. Occorrono strategie commerciali capaci di mettere a sistema le risorse dei singoli e, come nel caso di Altiformaggi, è indispensabile dotarsi anche di sistemi integrati di comunicazione e marketing. «Dopo



aver ricordato le direzioni», continua Pisani, «abbiamo deciso di mettere in comune innanzitutto le iniziative di comunicazione, scegliendo il mezzo più innovativo, il web, per raggiungere il pubblico giovane e quello sempre più vasto dei cultori dei formaggi Dop, i turisti del gusto. Ma anche gastronomi e ristoratori di tutto il mondo, ottimi veicoli di conoscenza per i nostri prodotti. Con le nostre iniziative vogliamo diffonderne la notorietà, creando attorno a loro percorsi "vivi" che parlino di conoscenze e gesti che si tramandano di generazione in generazione». Nascono così le Collezioni "cucite" su misura delle quattro Dop e arricchite da illustrazioni ad acquerello, e la più recente Art Collection, un augurio

→ IL DIRETTORE

Vittorio Emanuele Pisani, direttore di Altiformaggi oltrechè dei quattro Consorzi che lo compongono. A sinistra, il ricettario primavera-estate 2010, ma dal sito Altiformaggi si possono scaricare le ricette e gli acquerelli del più recente volume *Art Collection*. Tra i programmi futuri, il più ambizioso è la creazione di una "Casa del formaggio" a Treviglio.



natalizio in forma di ricette. Ma anche incontri con i bambini in varie occasioni e partecipazione a kermesse culinarie di alto livello, come "Identità Golose". Il progetto prossimo futuro riguarda l'affiancamento, al luogo virtuale del sito, di uno spazio fisico multifunzionale: la "Casa del formaggio". «La allestiremo a Treviglio, dove abbiamo uno spazio di circa trecento metri quadri che ospiterà aule per formazione, spazi di degustazione, di illustrazione dei prodotti in sé, ma anche di tutta la filiera, fino ad arrivare alla commercializzazione; e poi laboratori dimostrativi di caseificazione, dove bambini e adulti potranno provare a produrre il formaggio. Sarà uno spazio aperto anche ad altre Dop, a chiunque voglia cimentarsi in un rapporto con il pubblico sicuramente più impegnativo ma ricco di soddisfazioni». Per il momento, le soddisfazioni arrivano dai primi risultati di questo approccio, con le ricadute positive sul più piccolo dei partner, il Salva Cremasco, che, dopo poco più di un anno di attività di Altiformaggi, ha incrementato la sua produzione di ben il 15 per cento.

Gavina Rujju

INFO: www.altiformaggi.it