

Ritaglio Stampa

Testata: Cremona Mondo del Gusto

Data: 24 giugno 2010

Diffusione n.d

Soggetto: Alti Formaggi



The screenshot shows the website interface for Alti Formaggi. At the top left, there are logos for 'NEWSLETTER CON OMAGGIO' and 'my SCOPRIAMI'. The main header features the 'CREMONA' logo and navigation links: 'chi Siamo', 'giornale', 'Eventi', 'Prodotti', and 'Edizione centrale'. Below the header is a green banner with three sections: 'Localizzazione geografica CREMONA' (with a map of Italy and a dropdown menu), 'La vetrina delle novità' (with three images of cheese products), and 'Offerte ed eventi speciali' (with a red gift box icon). A central text box in the banner asks 'Vuoi PROMUOVERE la tua azienda? Per SAPERNE DI PIU''. Below the banner is a navigation bar with links: 'giornale', 'Territori', 'Ospitalita'', 'Eventi', 'Prodotti', 'Produttori per te', and a search bar with 'Ricerca' and 'Cerca' buttons. At the bottom left, there is a date 'Giovedì 24.06.2010' and a headline: 'Buon compleanno ad Alti Formaggi, portale dei consorzi, che compie un anno'. On the bottom right, there is a small image of a decorative object.

Ritaglio Stampa

Testata: Cremona Mondo del Gusto

Data: 24 giugno 2010

Diffusione n.d

Soggetto: Alti Formaggi

Buon compleanno ad Alti Formaggi, portale dei consorzi, che compie un anno



Alti Formaggi, il portale dei Consorzi Provolone Valpadana, Taleggio, Quartirolo Lombardo e Salva Cremasco compie un anno di vita -

Buon Compleanno Alti Formaggi! 365 giorni segnati dalla volontà di comunicare la **storica tradizione di quattro formaggi** che rappresentano un **patrimonio produttivo, geografico e culturale** unico della Lombardia e dell'Italia intera.

Alti Formaggi ha saputo **dare risposta al bisogno di comunicazione** di una gestione unitaria delle realtà consorzili che vi si riconoscono e si è dimostrato un importante ed **innovativo esempio** di coordinamento nell'ambito dei Consorzi di tutela.

Ad un anno dal lancio del portale, arricchito dal **blog** e dall'appassionato **gruppo di Facebook**, il **bilancio** è considerato senz'altro **positivo**. Il numero degli **utenti negli ultimi sei mesi è raddoppiato**; sono **4.200 gli iscritti a Facebook**, che danno vita alle notizie del blog, spaziando dalla cucina, alla letteratura, all'attualità, alle news del portale, con la diffusione delle principali iniziative dei quattro Consorzi di Tutela.

Ritaglio Stampa

Testata: Cremona Mondo del Gusto
Data: 24 giugno 2010
Diffusione n.d
Soggetto: Alti Formaggi

Non solo internet, ma anche presenze attive ed iniziative specifiche, formazione ed informazione nella scuola e, a gennaio, il **mondo dell'alta ristorazione ha conosciuto personalmente Alti Formaggi ad Identità Golose a Milano.**

Al **Cibus 2010** Alti Formaggi è stato premiato come **Miglior Campagna New Media dell'anno.**

"Siamo soddisfatti di questo primo anno di intensa attività" - dichiara **Libero Stradiotti, Presidente del Consorzio Tutela Provolone Valpadana** - "Siamo riusciti a trasferire il nostro entusiasmo di produttori ed il consumatore ha capito quanto lavoro ci sia dietro a ciascun prodotto".

Il **Presidente del Consorzio Tutela Taleggio, Lorenzo Sangiovanni**, conferma il positivo riscontro conseguito: "Senza voler peccare di presunzione, sapevamo di avere in testa un'idea particolare: realizzarla non è stato facile, ma i risultati ci incoraggiano. Crediamo molto che il dialogo con il pubblico, così diretto e mirato, non possa che generare un circolo virtuoso, di cui beneficeremo tutti"

Per il **Presidente del Consorzio Tutela Quattrolo Lombardo, Massimo Felappi**, la nascita di Alti Formaggi ha significato un importante traguardo per la comunicazione sinergica: "Penso che i risultati incoraggino anche altri prodotti ad entrare in questo gruppo. Alti Formaggi vuol dire condivisione per mirare al comune obiettivo di valorizzare al massimo le nostre produzioni protette"

Anche **Stefano Dragoni, Presidente del Consorzio Tutela Salva Cremasco** esprime il convincimento che operare coordinati può migliorare il posizionamento di ciascuno; in particolare - suggerisce - "per realtà produttive piccole come il Salva Cremasco che ha visto, proprio grazie alla condivisione di un comune percorso, incrementare la propria riconoscibilità e notorietà. Con l'auspicio che tutto l'impegno richiesto possa riflettersi in una più consona remunerazione del prodotto ed un allargamento del mercato"

Per concludere, il **coordinatore di questa innovativa creazione di comunicazione integrata, Vittorio Emanuele Pisani**, propone interessanti sviluppi: "E' stato un anno impegnativo, che ci ha visto nascere e crescere nella considerazione sia degli operatori del settore che della stampa. Abbiamo dimostrato di avere delle idee e la capacità di portarle avanti, riconoscendo ai nostri formaggi le potenzialità per uscire dalla massa. Ora dobbiamo, nei fatti, essere in grado di mantenere sempre vivo il legame con il territorio e le sue espressioni, puntando ad attirare il consumatore laddove il prodotto "si fa". La passione del mondo agricolo, che ogni giorno produce capolavori, deve uscire allo scoperto e faremo di tutto affinché il consumatore sappia riconoscerne il valore unico".