



Consorzio Formaggi Valtellina Casera e Bitto compie 30 anni

Descrizione

(Adnkronos) Il Consorzio di tutela dei formaggi Valtellina Casera e Bitto compie trent'anni di attività (1995-2025). Una tappa chiave per fare un bilancio del percorso di valorizzazione di due produzioni di nicchia diventate il simbolo della tradizione casearia valtellinese e un volano economico per il territorio: dalla nascita del Consorzio e delle Dop, la produzione è più che quadruplicata, passando dalle prime 58.457 forme marchiate del 1996 (5.709 per il Bitto e 52.748 per il Valtellina Casera) alle 236.741 del 2024. Oggi Bitto e Valtellina Casera sono tra i prodotti più identitari della Valtellina e la seconda voce dell'agroalimentare Dop del territorio dopo la Bresaola: impattano per 15,9 milioni di euro sull'agroalimentare della Provincia di Sondrio (+98% rispetto a 10 anni fa), con un valore al consumo di 29,3 milioni di euro. Due Dop solide, che hanno saputo tenere nel tempo alta la qualità e la tradizione della Valle, dando lavoro a 133 allevamenti, 13 caseifici (di cui 6 acquirenti primari/cooperative) e 16 stagionatori per il Valtellina Casera e a 50 alpeggi produttori e 10 stagionatori per il Bitto, a testimonianza delle ricadute positive sul territorio delle due Dop in termini di occupazione e di indotto. A renderlo noto il Consorzio di Tutela durante i festeggiamenti del suo trentennale a Sondrio, nell'ambito della tavola rotonda "DOP economy, fra tradizione e innovazione, un pilastro del settore agroalimentare italiano e dei flussi turistici", cui hanno partecipato, tra gli altri, Massimo Sertori, assessore Regione Lombardia con delega alla Montagna, Ettore Prandini, presidente Coldiretti, Giovanni Guarneri, vicepresidente Afidop, Cesare Baldrighi, presidente di Origin, l'antropologo Marino Niola e Maurizio Folini, pioniere dell'elisoccorso sulle vette degli Ottomila sull'Himalaya.

I passi in avanti compiuti in trent'anni dal Consorzio commenta il presidente Marco Deghi, testimone dell'intero percorso che ha portato l'ente, unico in Italia a tutelare due denominazioni così strettamente connesse, fino ai risultati di oggi ci rendono orgogliosi. Oggi le nostre due Dop sono sempre più note e stanno raccogliendo importanti riconoscimenti dal mercato: il Bitto ha raddoppiato il proprio valore negli ultimi dieci anni, mentre il Valtellina Casera oggi viaggia su un prezzo medio di circa due euro al chilo in più rispetto al formaggio latteria (+33%). Segnali chiari di una crescita che premia qualità, tradizione e dedizione a un mestiere eroico, ma anche il lavoro di squadra realizzato in questi anni. Partendo da queste basi vogliamo guardare avanti. In vista di Milano Cortina 2026, di cui il Distretto agroalimentare di qualità della Valtellina è partner, vogliamo costruire sinergie forti con gli altri prodotti a denominazione del territorio, ha sottolineato.

«Tra le sfide -ha continuato- quella di ampliare l'offerta sulla grande distribuzione: nelle vaschette, dove salumi e formaggi si contendono lo spazio, dobbiamo farci trovare pronti, uniti e riconoscibili sotto il marchio Valtellina. Vogliamo crescere, e per farlo serve rafforzare e ampliare la produzione del Valtellina Casera, gettando le basi per un nuovo disciplinare che estenda l'areale (al Pian di Spagna e Colico) e risponda alle esigenze dei tempi moderni. Questo è il nostro impegno prioritario: garantire al Valtellina Casera regole moderne e coerenti con le esigenze attuali del mercato e dei consumatori», ha sottolineato.

«Infine, ci attende un'ulteriore sfida altrettanto stimolante: portare i nostri prodotti all'estero. Puntando in primis all'export europeo, in crescita del 15% nel 2024: perché l'Europa è che risiede il nostro futuro. Dalla Germania e dalla Francia arrivano segnali molto positivi, grazie a un'intensa attività di promozione già avviata quest'anno nelle principali fiere. Siamo solo all'inizio, ma ci sono tutti i presupposti per costruire gradualmente un mercato che rappresenta il futuro di questa Valle», ha concluso.

Il trentennale è stata l'occasione per fare il punto anche sulla stagione positiva del Bitto 2025, con 45 alpeggi coinvolti nel 2025 e una produzione sostanzialmente in linea con quella del 2024. Bene anche il Valtellina Casera: dopo un ottimo 2024 che ha registrato un +8,9% a volume (oltre 221mila forme prodotte) +10,3% a valore alla produzione (13,2 milioni di euro), nei primi 9 mesi ci attestiamo a 174.320 forme con un + 2,89% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Debutteranno inoltre nuove pelure celebrative del trentennale, in commercio con il nuovo logo dove il numero 30 si fonde visivamente con il territorio e con il marchio Valtellina Casera e Bitto, a rappresentare un legame profondo e duraturo tra prodotto e origine.

«Il lavoro trentennale del Consorzio Valtellina Casera e Bitto è la prova concreta di come un sodalizio che nasce dall'unione di produttori al servizio del territorio possa generare valore, qualità e riconoscibilità ben oltre i confini della Valle», ha dichiarato l'assessore all'Agricoltura Regione Lombardia, Alessandro Beduschi in un messaggio al Consorzio.

«I numeri in crescita raccontano una storia di successo, ma soprattutto testimoniano la forza della Dop economy: un sistema che valorizza le radici locali e al tempo stesso si apre ai mercati internazionali, difendendo il reddito degli allevatori e l'identità dei territori. Da assessore regionale all'agricoltura, ma anche in qualità di presidente di Arepo, l'associazione europea delle Regioni con Denominazioni d'Origine, vedo in esempi come questo l'essenza di un modello che vogliamo sempre più valorizzare: una rete capace di coniugare tradizione, sostenibilità e competitività. La Lombardia è orgogliosa di realtà che sanno guardare avanti senza perdere la propria autenticità. Bitto e Valtellina Casera sono molto più che due formaggi: sono il simbolo di un'economia che cresce partendo dalla montagna, dal lavoro e dal saper fare delle nostre comunità», ha concluso.

Per l'assessore con delega a Enti locali, montagna, risorse energetiche e utilizzo risorsa idrica, Massimo Sertori: «Oggi celebriamo trent'anni dalla nascita del Consorzio Valtellina Casera e Bitto, protagonisti nella scrittura dei disciplinari e dell'ottenimento della Dop. Possiamo dire a consuntivo, certificato dai numeri, che tale progetto ha preservato e qualificato prodotti di grande qualità nati dalla storia e dalla tradizione delle genti valtellinesi, che hanno fatto di necessità virtù», ha sottolineato.

«Tali prodotti -ha spiegato- non sono solo buoni, riconosciuti e ricercati in tutta Italia, ma ti portano immediatamente verso un vissuto che inesorabilmente si amalgama con un territorio, un paesaggio

straordinario, ma allo stesso tempo anche faticoso. Penso al lavoro in alpeggio, penso ai sacrifici, alla fatica e alla dedizione che tutte le persone coinvolte nell'attività hanno fatto e continuano ad esercitare. Bitto e Casera, infatti, solo un eccellente prodotto enogastronomico e l'intera filiera che li produce genera economia e concorre al mantenimento di un territorio straordinario come quello delle nostre Valli. Coniugare storia, cultura, identità, qualità, lavoro, essendo sempre aggiornati rispetto alle esigenze dei tempi, preservando la tradizione, è una sfida molto difficile ma questa storia ha dimostrato di essere possibile», ha concluso.

Per il vicepresidente di Afidop, Giovanni Guarneri: «Celebrare i trent'anni di Valtellina Casera e Bitto Dop significa rendere omaggio a un'eredità italiana che affonda le radici nella tradizione degli alpeggi e che è parte dell'importante patrimonio caseario a denominazione di origine lombardo e nazionale, un pilastro per l'economia agroalimentare lombarda. L'evento Dop economy, fra tradizione e innovazione coglie perfettamente il punto: la tutela della nostra unicità territoriale è il nostro vantaggio a livello mondiale».

Per il presidente della Coldiretti, Ettore Prandini: «I prodotti a Denominazione di origine rappresentano un patrimonio del Paese e la punta più avanzata di una filiera agroalimentare allargata che ha raggiunto il valore di 707 miliardi, con specialità che hanno conquistato tutti i principali mercati mondiali. Non dobbiamo dimenticare che le produzioni Dop e Igp potrebbero dare un impulso ancora più forte alle esportazioni e alla crescita del Paese, se gli accordi internazionali riuscissero finalmente a fermare la contraffazione alimentare che danneggia il Made in Italy».

Per il presidente di Origin Italia, Cesare Baldrighi: «Gli oltre 20 miliardi di valore della produzione italiana della Dop Economy, che coinvolge quasi 200.000 imprese, non rappresentano solo la forza dell'economia reale del vero e autentico Made in Italy, ma raccontano anche la straordinaria capacità dei Consorzi di tutela. Sono loro che, in questi anni, hanno saputo organizzare le filiere nei territori, mantenendo un dialogo costante con le comunità locali, come dimostrano i 30 anni di attività del Consorzio di tutela Valtellina Casera e Bitto».

Per l'antropologo Marino Niola: «Bitto e Valtellina Casera sono due straordinari emblemi del Made in Italy alimentare, che, prima ancora di essere un semplice economia produttiva, è una sintesi della storia e della geografia di un territorio. La Dop consacra processi sociali ed economici che hanno origine nelle comunità di montagna e nel loro modo di produrre: ci aggiunge all'eccellenza gastronomica un plus fatto di umanità e di identità. Oggi il mercato ricerca soprattutto le tipicità capaci di evocare un particolare modo di vivere, un sentimento, un modo di abitare poeticamente la terra. Non a caso il miglior modo di conoscere un territorio è mangiarlo, in particolar modo se il territorio genera come nel caso del Bitto e Valtellina Casera, un modello di sostenibilità, rivelando il doppio legame esistente fra tradizioni locali, vocazioni produttive e forme di vita in comune. La tradizione non è quindi intesa come un deposito inerte di forma del passato ma come un motore di ricerca che rielabora continuamente i materiali del passato per trasformarli in ipotesi di futuro. Questo è, in sintesi, il volto umano del consorzio e il suo legame con i sogni e i bisogni della collettività e insieme il suo ruolo nel fare comunità», ha concluso.

Il trentennale è stata l'occasione per ribadire anche il ruolo centrale delle Dop per il turismo e nell'economia di montagna. Secondo l'Osservatorio italiano del turismo montano jfc nel 2024, il turismo montano italiano ha generato un giro d'affari di 24 miliardi di euro, con prospettive di ulteriore crescita grazie alle Olimpiadi del 2026 con previsioni del +7,5% dei visitatori internazionali. In

questo scenario la Valtellina conquista le posizioni di testa nella classifica, con Livigno e Bormio per la prima volta sedi delle gare di sci alpino a Milano Cortina 2026. Un contesto unico per promuovere i prodotti locali, complice la passione degli italiani per l'enogastronomia locale e per la montagna. Se da un lato, tra i motivi della passione in crescita per la montagna compare la grande offerta di sport e attività (52,73%), per il 64,3% la montagna è l'ideale per provare i piatti tipici locali tra malghe, rifugi e baite. Seguono, quasi a pari merito, la possibilità di fare escursioni (63,7%) o la ricerca di benessere e relax (63%). A confermare la centralità dell'enogastronomia anche la recente indagine realizzata da Swg a Valtellina taste of emotion. Indagine di mercato sul percepito e il posizionamento del brand per conto della Cciaa di Sondrio, che evidenzia come un italiano su 3 sia fan della montagna e come le escursioni naturalistiche (71%, in particolare dai Baby Boomers 81%), e le degustazioni enogastronomiche (51%) siano tra le attività più apprezzate. Un trend ancora più forte in Valtellina: il territorio si posiziona a metà classifica tra le località montane più note, grazie a Livigno e Bormio visitate dalla metà dei fan della montagna nazionali.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 14, 2025

Autore

redazione