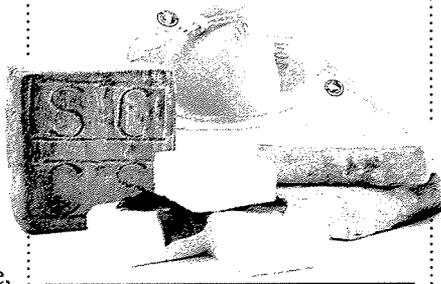


Altiformaggi, esempio di unione che fa la forza

Fare squadra è una locuzione spesso abusata. Non sembra essere il caso di Alti Formaggi il nuovo marchio che esprime un esempio di sinergia tra quattro Consorzi di tutela di altrettanti prodotti lombardi eccellenti: il Taleggio, il Provolone Valpadana, il Quartirolo Lombardo e il Salva Cremasco.

Tre Dop e un riconoscimento in arrivo (il Salva) insieme per fare sistema e divulgare meglio sapere e informazioni su questi prodotti di qualità, ma anche una risposta concreta per vincere la crisi che ha investito anche il settore dell'agroalimentare, affrontando uniti il futuro anziché in contrapposizione.

Il progetto è appena partito, già conta su un portale (altiformaggi.com) e ha avuto una prima uscita pubblica a Identità Golose. Ma ciò che è interessante di questo modello, di cui il futuro potrà raccontare l'efficacia, è il fatto che Consorzi con pesi e valori diversi si agre-



I QUATTRO PRODOTTI LOMBARDI CHE SI SONO RIUNITI PER DARE VITA AD ALTIFORMAGGI.

ghino in un'azione comune a beneficio di tutti. Si va infatti dagli 8,8 milioni di chili (105 milioni di euro di fatturato) del Povolone Valpadano, forte di aziende con oltre 70 anni di vita e di dimensioni industriali, agli 8,4 milioni di chili del Taleggio (100,6 milioni euro), che esporta il 14% della produzione, ai 3,7 milioni di chili del Quartirolo (40,5 milioni di euro), per finire ai 214 mila chili del Salva Cremasco, il cui Consorzio è nato nel 2002 con 27 soci. «Tra gli obiettivi di altiformaggi - ha affermato il coordinatore Vittorio Emanuele Pisani - vi è l'interazione con i consumatori attraverso internet e con iniziative specifiche i formazione e informazione». **F.G.**