

# FORMAGGIO D'ALPE TICINESE E «SVIZZERITUDINE»



INTERVISTA A **BRUNO SCHIAVUZZI**, RESPONSABILE PR E PROJECT MANAGER PRESSO CETRA ALIMENTARI SA. CON LUI PARLIAMO DEL SETTORE CASEARIO IN TICINO E DEL "MARCHIO" FORMAGGIO D'ALPE TICINESE CHE SI VUOLE DIFFONDERE MAGGIORMENTE IN SVIZZERA.

DI **DIMITRI LORINGETT**



**C**etra Alimentari SA è impegnata da tempo nella promozione del marchio formaggio d'alpe ticinese «Eccellenze».

**Qual è il vostro approccio e quali sono i risultati ottenuti finora?**

«Il nostro impegno in favore della promozione del formaggio d'alpe ticinese

nasce da un progetto di sviluppo regionale, che vede coinvolti tra gli altri l'UCT e la STEA, con l'obiettivo di valorizzare il formaggio. La produzione del formaggio d'alpeggio avviene in un periodo limitato nel tempo, tra giugno e settembre, ma spesso si vende il prodotto ancora fresco per poter coprire le spese relative alla gestione dell'alpe e quindi non si lascia il tempo al formaggio di poter esprimere al meglio le sue particolarità. Sapori e aromi si sviluppano invece con il tempo e con la giusta maturazione solo dopo qualche mese, meglio se in una cantina idonea con temperatura e umidità controllate e con la giusta e quotidiana cura delle diverse forme. Il formaggio viene quindi messo sul mercato oltre Gottardo, presentato alle fiere e fatto degustare presso la grande distribuzione. I riscontri sono positivi e con l'imminente inizio della fase operativa del progetto "Eccellenze Alpestri" siamo certi che il formaggio d'alpe ticinese AOP sarà un importante ambasciatore della qualità del lavoro sugli alpeggi ticinesi».

**Ci può fare qualche esempio di attività di promozione «sul territorio»?**

«Menzionerei sicuramente le visite che vengono organizzate durante la stagione d'estivazione, alle quali prendono parte clienti, consumatori e associazioni, come ad esempio la STRP che nel mese di settembre 2023 ha fatto visita a un alpeggio della Valle Maggia. Come da genesi dell'associazione, i partecipanti si sono relazionati con le anime dell'alpeggio con curiosità, stupore e con puntuali domande sia nel caseificio sia nella cantina, al fine di carpire la magia di questo in-

confondibile prodotto. L'aria frizzante, il paesaggio alpino e la meritata quanto attesa degustazione hanno fatto il resto».

**In generale, il prodotto locale e «genuino» (e a chilometro zero) riscuote sempre più interesse.**

**Come mai?**

«Più che di genuinità parlerei di territorio, di cultura e di qualità. La globalizzazione, i cambiamenti generazionali e l'immigrazione influenzano la percezione del consumatore su ciò che è territorio, cultura e prodotto svizzero. Per questo difendiamo e promuoviamo i marchi AOP e IGP anche con i prodotti alpestri, affinché si possano comprendere quanto lavoro e quanta storia ci sia alle spalle di questi alimenti. E in questo senso, grazie all'informazione e alla promozione attraverso le diverse piattaforme mediatiche, i mercati e le degustazioni possiamo raccontare il prodotto e far conoscere l'intera filiera del latte, consentendo così di (ri)avvicinarsi alla "svizzeritudine" di cui tanto siamo fieri e orgogliosi. In Ticino abbiamo dei formaggi che vincono medaglie a livello di concorsi internazionali proprio perché dai pascoli, dal benessere animale e dalle mani del casaro produciamo qualità e questo non può che essere il vero valore aggiunto per il consumatore. Non dimentichiamoci che alla base della piramide di Maslow c'è la nutrizione, quella di qualità». 

