



COMUNICATO STAMPA

Progetto Fitoche, oltre 50 allevatori di montagna pronti a mettersi in gioco

Il presidente Floriano De Franceschi: “incontro molto partecipato, che rappresenta la consapevolezza degli allevatori di lavorare in squadra per il giusto valore dei prodotti di qualità”

Vicenza, 20 gennaio 2018. “Lavorare in team, ma anche essere consapevoli del valore dei prodotti che ogni giorno contribuiamo a realizzare, con il nostro ruolo strategico in una filiera trasparente e tracciabile, è fondamentale per garantire un futuro alle stalle venete, specie quelle di montagna”. Con queste parole il presidente di Arav, Floriano De Franceschi è intervenuto questa mattina, in occasione di un importante convegno, svoltosi nella sede Arav di Vicenza, per la presentazione ufficiale agli allevatori veneti di montagna del progetto Fitoche, promosso nell’ambito della misura 16 del Psr Veneto. Cinque le latterie venete di montagna partner dell’iniziativa, che vedono quale capofila il Caseificio Pennar di Asiago, a cui si accostano la Latteria di Livinallongo (BL), Cà Verde (VR), AgriCansiglio (Tv) ed il Centro caseario agrituristico Tambre Spert Cansiglio (BL). Giancarlo Rigoni, presidente del Caseificio Pennar, ha presieduto l’assemblea evidenziando “l’importanza di lavorare insieme, convinti e con costanza, per dare il giusto valore alle produzioni d’eccellenza dei territori montani”. Tutte le latterie di montagna partecipanti sono accomunate dalla consapevolezza, che come ha evidenziato il prof. Martino Cassandro del Dafnae dell’Università di Padova “deve essere un concetto di cui gli allevatori devono convincersi pienamente, poiché è fondamentale conoscere il valore del proprio lavoro e del prodotto finale che si contribuisce a mettere nel mercato, che nel caso specifico dei formaggi di montagna veneti è di oltre 9 milioni di euro l’anno”. Un dato non indifferente, dunque, e che da solo non basta a comprendere il valore dell’attività che gli allevatori di montagna svolgono, anche in qualità di custodi del territorio. Attraverso 117 diversi prodotti caseari realizzati, dei quali 16 Dop, i 91 allevatori veneti di montagna contribuiscono anche a salvaguardare i pascoli, quindi il territorio montano complessivamente inteso. “Il progetto Fitoche – aggiunge Cassandro – mira, infatti, alla produzione di latte crudo di montagna basato sulla garanzia di conservazione dei prati e dei pascoli. E per fare questo, avvalendoci di specifiche professionalità, abbiamo effettuato uno studio di fattibilità, monitorando lo stato attuale dei luoghi, valutando lo stato dei prati e pascoli da un punto di vista floristico ed analizzando lo stato di erosione e la presenza di malerbe”. Alla complessa attività, al fianco dei tecnici di Arav, hanno giocato un ruolo strategico i partner scientifici dell’Università di Padova. Oltre al prof. Martino Cassandro, quindi, il prof. Mauro Penasa, la prof.ssa Roberta Masin, il prof. Paolo Tarolli e la dott.ssa Cristina Pornaro. Tarolli, in particolare, nell’incontro di stamane ha illustrato i risultati del monitoraggio del territorio, effettuato con le moderne tecnologie a disposizione, a partire dall’uso dei droni. Pornaro, invece, ha dettagliatamente illustrato le diverse essenze presenti nei territori in cui sono ubicati i caseifici, ponendo l’accento sul fatto che “una minor quantità di graminacee, a vantaggio di altre specie, contribuisce a dar luogo a formaggi dalle caratteristiche più apprezzabili dal punto di vista del gusto”. Importante l’intervento conclusivo del dirigente della Regione Veneto, Alberto Zannol, che ha rassicurato gli allevatori di montagna: “progetti come questo meritano di essere sostenuti dalla Regione Veneto, anche se dobbiamo fare i conti con la ristrettezza progressiva dei fondi, anche considerando che all’area montana viene riconosciuto il 35% delle risorse disponibili. Con Arav è nata una collaborazione importante ed una volta che questo progetto partirà entrerà in un circuito comunitario di buone pratiche ed attività che potranno solo contribuire allo sviluppo di produzioni di qualità e territorio. Per riuscire in questo intento è fondamentale rendere il prodotto unico e riconoscibile, quindi facilmente individuabile dal consumatore”.