

Progetto Fitoche. Dai prati al formaggio

P.S.R. 2014- 2020 - DGR 736/2018 - Misura 16.1.1 e Misure collegate

Redazione

Il progetto Fitoche sviluppa un'integrazione delle tre dimensioni della sostenibilità (economica, ambientale e sociale) della zootecnia da latte di montagna. L'integrazione di queste tre componenti si realizza adottando un approccio "olistico", che eviti la prevaricazione di una componente sulle altre.

Le questioni in campo. Il progetto, della durata di 36 mesi, intende risolvere quattro ordini di problemi:

- la riduzione delle essenze foraggere, tradizionalmente presenti nei pratipascoli di montagna, a causa delle moderne pratiche agronomiche, nonché l'abbandono dello sfalcio e pascolamento con il conseguente avanzamento del bosco;
- il possibile degrado del pascolo;
- il rischio di compromettere nel tempo il "comune sentire dei consumatori" che riconoscono al prodotto di montagna una genuinità e una qualità superiore;
- la mancanza di specifici disciplinari di produzione al fine di tutelare e promuovere la produzione di latte crudo di montagna (che potrà avere anche altra valenza, come ad esempio di prodotto biologico) destinato alla produzione di prodotti caseari di eccellenza spesso poco conosciuti e documentati.

Le soluzioni proposte. La soluzione innovativa adottata è di favorire un processo sinergico tra le maggiori cooperative lattiero-casearie della montagna veneta (Caseificio Pennar di Asiago, Latteria di Livinallongo, Centro caseario ed agrituristico dell'Altipiano Tambre-Spert-Cansiglio, Agriconsiglio, Ca' Verde), mediante un approccio olistico con l'approfondimento degli aspetti storico-culturali dei caseifici, l'adattabilità dei sistemi zootecnici montani al territorio e le loro relazioni con la biodiversità vegetale. Si affronteranno, inoltre, gli aspetti della tracciabilità geografica ed aromatica dei prodotti caseari, favorendo il trasferimento delle conoscenze scientifiche, con il controllo e lo sviluppo di buone pratiche di allevamento e produzione. Si affronteranno, inoltre, gli aspetti promozionali e di marketing dei prodotti caseari, il tutto con l'attuazione di investimenti lungo la filiera lattiero-casearia, favorendo il trasferimento delle conoscenze scientifiche, con il controllo e lo sviluppo di buone pratiche di allevamento e produzione.

Gli obiettivi. Gli obiettivi specifici del progetto si sostanziano nella creazione di valore per i prodotti caseari della montagna veneta, mediante azioni che agiscono sulla fase di trasformazione e commercializzazione, favorendo l'integrazione con i soggetti a monte che operano nella fase primaria della produzione.

Gli obiettivi trasversali del Psr, invece, si realizzano attraverso l'innovazione rappresentata dal processo sinergico tra le maggiori cooperative del lattiero-caseario della montagna veneta. Il GO risulta composto dalle cinque più importanti cooperative di trasformazione casearia della montagna veneta, con la partecipazione dell'Università di Padova per il supporto scientifico ed Arav per la fornitura dei dati e dell'assistenza tecnica.

In particolare, gli obiettivi del Psr in materia di innovazione, salvaguardia dell'ambiente e mitigazione ed adattamento ai cambiamenti climatici sono perseguiti mediante:

- l'offerta di uno strumento Smart (Tic) di valutazione rapida dei risultati economici dell'attività produttiva in grado di quantificare i margini di miglioramento raggiungibili dall'impresa adottando un approccio di benchmarking ("Innovazione");

- la creazione di sinergie stabili tra la ricerca universitaria e gli allevatori, le loro forme associate, le comunità rurali, le imprese di trasformazione e commercializzazione dei prodotti caseari e i servizi di consulenza (“Innovazione”);
- la promozione dell'uso efficiente delle risorse (“salvaguardia dell’ambiente”) garantendo la redditività, la produttività, la competitività in un’ottica di riduzione delle emissioni garantendo anche la resilienza climatica nel settore zootecnico da latte (“mitigazione ed adattamento ai cambiamenti climatici”);
- l’efficientamento dei sistemi di allevamento e operando in armonia con le aspettative della collettività circa la tutela delle risorse naturali (“salvaguardia dell’ambiente”) e il rispetto del benessere degli animali (“mitigazione ed adattamento ai cambiamenti climatici”).

Il ruolo strategico della Comunicazione. L’aroma del latte rappresenta un parametro di difficile misurazione ma, al tempo stesso, figura fra le caratteristiche più facilmente ed immediatamente percepite dal consumatore. Tale aspetto dovrebbe essere tenuto in attenta considerazione sia da parte degli allevatori che da parte dei nutrizionisti. Perciò la Comunicazione riveste grande importanza per far comprendere il reale valore aggiunto presente nei prodotti collegati ad un disciplinare “completo”, anche per quanto riguarda la coltivazione dei fondi e la produzione degli alimenti “aziendali”. Sono molte le azioni in tal senso previste, a partire dalla creazione di un sito web dedicato, per favorire la divulgazione del progetto e dei suoi risultati anche alla collettività, al fine di migliorare le relazioni e la condivisione fra il contesto produttivo lattiero-caseario e quello sociale. All’inizio del progetto, verrà organizzato un evento dedicato, in cui verranno presentato il progetto, il partenariato e tutte le attività svolte. È previsto anche un convegno finale. I risultati dell’attività saranno oggetto di specifiche pubblicazioni su riviste scientifiche. Inoltre, sarà curata la diffusione delle informazioni anche attraverso periodici associativi. Infine, articoli sulla stampa locale non specializzata serviranno a raggiungere quanti più utenti possibile ed a stringere i legami fra il settore primario ed i consumatori. Tutte queste modalità di comunicazione si affiancheranno a quelle ordinariamente utilizzate, quali la mail.