

Latte, formaggi e alpeggi: l'identità del Trentino passa anche da qui

Non solo produzione agricola: nella filiera lattiero-casearia di montagna si concentra oggi una parte importante del valore distintivo del territorio, tra origine certificata, saperi locali e nuove occasioni per l'accoglienza

4' e 30" ⌚

In Trentino, latte e formaggi non sono semplicemente una categoria merceologica. Sono una delle forme più concrete con cui il territorio si rende riconoscibile, dove la qualità non è solo un obiettivo produttivo, ma una forma di identità.

Si respira nei prati stabili, nelle malghe, nei tempi della monticazione, nel lavoro dei caseifici e in quella varietà di prodotti che cambia da valle a valle senza perdere coerenza. I profili sensoriali, le consistenze, i tempi di stagionatura sono diversi, ma resta costante l'attenzione alla materia prima e il legame con un paesaggio che non fa solo da sfondo, ma incide direttamente sulla qualità del prodotto.

■ Dalla qualità dichiarata alla qualità verificata

Per un sistema che vuole essere riconoscibile, la qualità non può però restare solo un valore percepito. Deve diventare un elemento chiaro e verificabile. In questa direzione si colloca Qualità Trentino (MQT), il marchio istituito dalla Provincia autonoma di Trento per valorizzare e certificare i prodotti agroalimentari territoriali attraverso disciplinari rigorosi, tracciabilità e controlli indipendenti. Uno strumento che abbraccia la tutela della biodiversità, dell'origine e della sicurezza alimentare.



Foto Archivio Trentino Magazine

Nel comparto lattiero-caseario questo significa dare forza a un'agricoltura di montagna fatta di tante realtà produttive che condividono la stessa attenzione alla salubrità, al rispetto dell'ambiente e alla coerenza con il territorio. Tra i simboli più evidenti ci sono il Latte Fresco Trentino, il Burro Fieno Trentino e lo Yogurt Trentino, che rappresentano la qualità dei pascoli alpini e un'idea di prodotto essenziale "fatto bene" e quindi credibile.

■ Un patrimonio che si riconosce nei formaggi

Il latte trentino, del resto, non è un ingrediente neutro. Porta con sé la quota, la ricchezza botanica dei prati, la cura del foraggio. Nei pascoli alti e gestiti con cura, il bestiame si alimenta con un mosaico di erbe e fiori che entra nel profilo aromatico dei prodotti. È qui che latte e territorio coincidono dav-

vero. Non in astratto, ma nella sostanza di ciò che si assaggia. È una geografia che diventa gusto.

La forza di questa identità si coglie ancora meglio guardando ai formaggi. Ogni valle ha costruito nel tempo il proprio profilo, ma tutti questi prodotti condividono una stessa matrice: valorizzare il latte di montagna e conservare un sapere che continua a vivere grazie al lavoro dei gestori d'alpeggio e dei casari. Il Trentingrana è forse il prodotto più emblematico di una qualità strutturata, frutto di una filiera organizzata e di una grande attenzione alla lavorazione. Il Casolèt della Val di Sole mantiene il tratto territoriale e delicato delle origini. Il Puzone di Moena esprime una personalità più netta e aromatica, strettamente legata alle valli dolomitiche in cui nasce. La Sprezza delle Giudicarie continua a rappresentare una tradizione contadina che ha saputo attraversare il tempo senza perdere autenticità. E ancora Il Vezzena, prodotto sin dai tempi antichi sugli Altipiani di Folgaria, Lavarone e Luserna; il Cuor di Fassa, prodotto nelle malghe e fienili di mezza montagna; il Fontal di Cavalese, formaggio dolce a pasta filata; la Tosela del Primiero, prodotto con latte vaccino appena munto e l'Affogato di Sabbionara che unisce due tipicità della bassa Vallagarina.

Per l'ospitalità trentina questo patrimonio è una risorsa concreta. Un formaggio di valle, una selezione di prodotti certificati, una colazione

o una carta che valorizza davvero il latte di montagna non sono dettagli decorativi, ma elementi che aiutano a qualificare l'esperienza, a rendere il soggiorno più coerente con il territorio trasformando il prodotto tipico in una parte viva del racconto della destinazione.

■ La sinergia di filiera come fattore competitivo

Questo risultato non dipende da un solo attore, ma da un lavoro condiviso tra istituzioni, mondo produttivo, ricerca, cooperazione e promozione territoriale. È la direzione in cui si sta andando con il tavolo dedicato alla filiera dell'alpeggio, che coinvolge Provincia autonoma di Trento, Camera di Commercio, Fondazione Mach, Federazione Provinciale Allevatori, Federazione Trentina della Cooperazione e Trentino Marketing. L'obiettivo è quello di valorizzare la malga sia come luogo di produzione sia come presidio culturale e turistico, rafforzando la permanenza in quota degli allevatori e la qualità complessiva del sistema.

Il tema non è soltanto preservare una tradizione, ma farla lavorare bene nel presente. Significa aiutare il comparto a essere più chiaro per il consumatore, più utile per gli operatori dell'accoglienza, più credibile nel posizionamento del Trentino. Latte, formaggi e alpeggi sono parte di questa strategia perché esprimono una distintività che altri territori non possono replicare facilmente.

■ Qualità, informazione, fiducia

Oggi visitatori e residenti non cercano solo autenticità, ma anche affidabilità: valorizzare un prodotto significa accompagnarlo con informazioni corrette e con una comunicazione responsabile.

Per questo, accanto alle azioni di promozione della filiera, è stata sviluppata anche una campagna sul consumo consapevole dei prodotti a latte crudo distribuita nelle malghe e nei caseifici del territorio, con l'obiettivo di rafforzare la qualità percepita del sistema attraverso chiarezza, trasparenza e attenzione verso il consumatore.

■ Strumenti già attivi nella valorizzazione della filiera lattiero-casearia

- Qualità Trentino: certifica origine, tracciabilità e lavorazione dei prodotti agroalimentari territoriali attraverso disciplinari e controlli indipendenti;
- Trentino di malga: identifica i formaggi prodotti in malga con latte d'alpeggio e stagionatura minima di nove mesi;
- Albe in malga: trasforma la quotidianità dell'alpeggio in esperienza per il visitatore, dalla mungitura alla colazione con prodotti locali;
- Campagna sui prodotti a latte crudo: promuove un consumo informato e consapevole, rafforzando la qualità percepita del sistema;
- Percorso di gestore d'alpeggio: una formazione dedicata alla gestione sostenibile degli alpeggi e delle attività zootecniche di montagna.



Foto Archivio Trentino Marketing