

Segreti e successi del re dei formaggi Boom di vendite e produttori Il Bitto, orgoglio della Valtellina

L'attività è cresciuta in vent'anni del 193% e può contare su 54 alpeggi
A Morbegno la mostra celebrativa con eventi, street food e 100 espositori

PAOLA PELLAI

La gente di montagna è tosta. Ama talmente il proprio territorio, i suoi animali e quello che produce da saper trasformare le difficoltà in stimoli. La 115a edizione della Mostra del Bitto in programma il 15 e il 16 ottobre (sabato e domenica) a Morbegno ne è la conferma. Con oltre 35 mila visitatori prima della pandemia, 18 mila presenze l'anno scorso con accessi contingentati e solo su prenotazione è la manifestazione più longeva, conosciuta e amata della Valtellina ed è dedicata al suo formaggio simbolo, il Bitto, nato sugli alpeggi della provincia di Sondrio.

Insieme al Valtellina Casera, il Bitto è Dop dal 1996 ed entrambi sono tutelati da un Consorzio (Ctcb) che ne difende l'unicità. Un dato indica quanto la loro produzione sia cresciuta dal 1996 ad oggi: 193% per il Bitto e 330% per il Casera. Insieme a loro sono decollati anche i soci del Consorzio: da 35 a 165 a rappresentare una filiera da almeno 17 milioni di euro di fatturato, a cui fanno riferimento 133 allevamenti, 13 caseifici e 16 stagionatori per il Valtellina Casera e a 54 alpeggi produttori e 10 stagionatori per il Bitto.

La Mostra, che poi è una fiera, un mercato, uno street food, un laboratorio all'aperto e tante altre cose insieme, è anche un premio alla fatica di chi per due volte ogni giorno da giugno a settembre, all'alba e al tramonto, lavora perché il Bitto prenda forma sugli alpeggi e resti l'indiscusso re della



Il Bitto è Dop dal 1996 ed è tutelato da un Consorzio (Ctcb) che ne difende l'unicità

tradizione casearia di queste valli. «Quest'estate», spiega Marco Deghi, presidente del Consorzio Valtellina Casera e Bitto Dop, «la siccità ha complicato tanto le cose, ma fare il casaro è innanzitutto passione. E con la passione si vince. La manifestazione di Morbegno è anche una festa per tutti quelli che non si sono arresi in un'annata così difficile».

È la festa di un'identità che

non subisce scosse, di famiglie che tramandano ai propri figli un'arte antica e, non a caso, alla Mostra, oltre alle migliori forme di formaggi valtellinesi, sarà premiato il casaro più giovane. «Si gareggia dal 16 anni», spiega Deghi, «e tra i partecipanti ci sono sempre anche ragazze. Il futuro dalle nostre parti profuma ancora di buono. E nel 2026, grazie ai Giochi di Milano-Cortina, ci aspetta la no-

stra prima opportunità olimpica. Siamo già al lavoro».

La Mostra ha un centinaio di espositori, l'ingresso è gratuito e i visitatori possono acquistare direttamente dai produttori, rivitalizzando il commercio. Accanto al Bitto e agli altri formaggi ci sarà tutto il buono della Valtellina, con i suoi vini, la bresaola, le mele, il miele, i pizzoccheri mentre in città i menu a tema saranno a sostegno

MARCHI SPORTIVI

Yankee stadium: in vendita i simboli del Milan

AC Milan e i New York Yankees uniscono le forze per un'innovativa collaborazione tra due dei brand sportivi più iconici in tutto il mondo. Attraverso questo accordo, il merchandise Ac Milan è stato messo in vendita allo Yankee Stadium questo martedì, quando gli Yankees hanno iniziato la propria postseason, mentre il merchandise New York Yankees sarà presto disponibile a Milano. Si tratta di una collaborazione tra brand la cui influenza valica i confini dei rispettivi terreni di gioco. AC Milan e New York Yankees, due tra i brand sportivi più popolari al mondo, si sono affermati come modelli di riferimento.

dell'attività economica territoriale.

Questa è una comunità unita che ha fatto propria l'importante funzione sociale delle produzioni di Bitto e Valtellina Casera sugli alpeggi, sistemi sostenibili capaci di conciliare obiettivi economici, conservazione del paesaggio e tutela della biodiversità alpina. Senza chi ci lavora e li tiene "vivi" rischierebbero la scomparsa.

«La Mostra» sottolinea Deghi, «è una finestra spalancata su ogni aspetto della Valtellina. È la memoria del passato, la realtà del presente e la speranza del futuro. Il Bitto è un simbolo di questa traiettoria nel tempo: non prende scorciatoie, ma continua a seguire un rigido disciplinare. Tutte le forme vengono esaminate una ad una e solo quelle che possiedono le corrette caratteristiche di qualità e tipicità ottengono il marchio a fuoco del Consorzio e possono essere commercializzate».

Ogni forma ha un peso tra gli 8 e gli 11 chili (si può arrivare fino a 25 chili, ma sarebbe arduo venderle), una stagionatura che inizia nelle casere d'alpe e continua a fondovalle per almeno 70 giorni (unico al mondo, se stagionato bene può conservarsi fino a 10 anni) e una produzione annua intorno ai 20 mila esemplari (quest'anno a causa della siccità saranno 17-18 mila). Il mercato straniero è ancora un business in costruzione, ma con una realtà già ben consolidata: la Svizzera. Ci saranno anche loro tra le migliaia di visitatori.

© INFILZIO/CONTE ASSOCIATI