



## Il Monte Veronese DOP

### INDICE

<b>EDITORIALE</b> di Luigino Disegna.....	2
<b>PRESENTAZIONE</b> del Monte Veronese DOP.....	3
<i>IL PRODOTTO</i> .....	3
<b>Le origini</b> .....	3
<b>Le caratteristiche</b> .....	4
<b>La tutela</b> .....	4
<b>L'area di produzione</b> .....	5
<b>INTERVISTA</b> a Giovanni Roncolato.....	6
<b>LA PRODUZIONE DI MONTEVERONESE</b> .....	8
<i>LE QUANTITA'</i> .....	8
<b>I caseifici produttori di Monteveronese</b> .....	10
<b>Il grado della specializzazione produttiva</b> .....	10
<b>Il Monteveronese di malga</b> .....	11
<b>Allevamenti e produzione di latte nella Regione Veneto</b> .....	11
<i>I PREZZI</i> .....	12
<b>Osservazioni in margine ai dati</b> .....	14
<i>LA DISTRIBUZIONE DEL MONTEVERONESE</i> .....	15
<b>I canali distributivi</b> .....	16
<b>Osservazioni in margine ai dati</b> .....	16
<i>MONTEVERONESE: rischio di contraffazione?</i> .....	17
<b>IL COMMENTO</b> di Angelo Rossi.....	18
<b>GLI ASSOCIATI</b> al Consorzio di Tutela.....	19
<b>LINK UTILI</b> .....	20
<b>REDAZIONE</b> .....	21

### Monteveronese: a tavola con la felicità (di montagna)

Se la natura di un territorio può diventare la sua vocazione, la 'chiamata' ad adempiere un ruolo, a realizzare un'attività, credo che la Lessinia, la regione montuosa che si apre alle spalle di Verona, abbia valorizzato e messo a frutto la sua particolare elezione.

Esposti a mezzogiorno, privi di pendenze scoscese e ricchi di persistenti manti erbosi dal lungo periodo vegetativo, i monti Lessini sono da sempre scenario e fonte di pascoli che permettono generosi periodi d'alpeggio.

Da questa vocazione naturale è nata una tradizione lattiero-casearia che ha attraversato il tempo, mantenendo aperto un dialogo con il presente e scrivendo righe importanti nella pagina dei sapori del Veneto, che tanto ha contribuito e contribuisce a quella 'felicità di tavola', così cara a Brillat Savarin(\*).

Il Monteveronese è espressione di grande pregio sia di questa tradizione, sia del territorio che lo ha visto nascere, sia dei sapori della montagna: ne sancisce, anzi, il legame profondo, offrendo, come garanzia, al consumatore, la tracciabilità della materia prima utilizzata: il latte.

Tale garanzia va presa in carico due volte:

- come marchio di una identità distintiva, che caratterizza e, nelle anse di una globalizzazione imperante, può quindi definire una importante differenza,
- come preziosa risorsa da implementare e portare al livello massimo di prestazione: la qualità del latte va sempre più coniugata con la peculiarità dei nostri pascoli e del bestiame, con la sicurezza, con il controllo costante e selettivo, perché diventi la base del patto d'onore con il consumatore.

Il latte della montagna deve essere il "luogo d'origine" del valore dei nostri formaggi, declinato nei modi e nei tempi che tradizione e tecnica suggeriscono.

Ogni formaggio DOP lo interpreta alla sua maniera: il Monteveronese lo fa mantenendo orgogliosamente intatte le fragranze dei suoi monti e dei suoi prati, con tutte le carte in regola per affrontare le sfide del gusto e del mercato, in un viaggio che ci auguriamo multidirezionale.

(\*) **Anthelme Brillat-Savarin** (1755-1826) è stato un politico, magistrato e gastronomo francese, autore di un fortunato libro "La fisiologia del gusto" (1825), che ebbe molta influenza nel periodo successivo. Tra le sue frasi celebri, si ricorda: "La scoperta d'un nuovo manicaretto giova all'umanità più che la scoperta d'una nuova stella".

## PRESENTAZIONE del Monte Veronese DOP

### IL PRODOTTO

*"Basta una scheggia di questo formaggio, piccante e ardente, per sentire il profumo di una piccola valle di prima mattina oltre i mille metri, in essa scopri la genziana, i mirtilli, i cardi e i lamponi"* (Giovanni Commisso, parlando del Monteveronese)

### Le origini

Alcuni fanno risalire le origini del Monte Veronese al Medioevo, affermando che formaggi dalle caratteristiche simili, ancora prima dell'anno mille, erano considerati una preziosa merce di scambio in sostituzione della moneta. La storia continua con l'arrivo dei Cimbri, popolazione di provenienza tedesca, nel XIII secolo che, insediatisi sui monti della Lessinia allora quasi disabitata, avviarono una florida attività caseario-pastorale.

Altri studiosi ritengono più probabile che lo sviluppo dell'attività casearia sia legata alla caduta della famiglia degli Scaligeri nel Quattrocento, che controllavano l'importante mercato della lana veronese e le zone a pascolo della Lessinia, consentendo l'apertura di una corrente migratoria di formaggiai lombardi che, progressivamente, introdussero l'allevamento bovino nei Lessini, affianco a quello ovino consueto.

Il termine "Monte" fa però la sua comparsa non prima del 1700, probabilmente come riferimento alla tecnica di produzione, in cui il latte che veniva cagliato proveniva da più mungiture. Infatti da sempre il burro della Lessinia valeva il doppio del formaggio, che quindi veniva estratto tutto dal latte, la successiva caseificazione produceva un formaggio molto magro. Il latte ritirato ogni giorno dai caseifici, non lo era però la domenica "giorno del signore". Questo latte - del sabato sera e domenica mattina - in estate però poteva subire una acidificazione precoce, peggiorando la qualità del burro, così quel latte intero veniva inviato alla caseificazione, "el latte delle do monte".



## Le caratteristiche

Il Formaggio Monte Veronese rientra nella grande famiglia dei formaggi a pasta semicotta ed appartiene al più ampio contesto delle produzioni casearie venete e padane. La sua area di produzione è l'alta pianura, la collina e la montagna veronese, un territorio di prati e pascoli, esposto a mezzogiorno, non troppo in pendenza e caratterizzato da un manto erboso con un lungo periodo vegetativo. Queste caratteristiche ambientali consentono di lasciare le mandrie in alpeggio per un periodo superiore a quello normale.

Il latte è prevalentemente di vacche di razza Pezzata Nera e il coagulo si ottiene usando caglio di vitello. La rottura della cagliata si protrae per pochi minuti, fino a che i grumi abbiano raggiunto le dimensioni di un chicco di riso. Si procede poi al riscaldamento fino a raggiungere una temperatura di cottura di 43-45° C per la tipologia *a latte intero* e di 46-48 gradi per quella *d'allevato*. La salatura avviene a secco o in salamoia dopo uno spurgo di circa 24 ore.

La stagionatura va da un minimo di 25 giorni ad oltre un anno.

Il Monte Veronese ha forma cilindrica (diametro delle facce di 25-35 cm), scalzo leggermente convesso con facce quasi piane, pasta con piccola occhiatura. Il peso varia, dai 7 ai 10 kg per la tipologia *a latte intero*, dal gusto delicato che ricorda il latte e lo yogurt, dai 6 ai 9 kg per *l'allevato*, dal gusto più piccante e saporito.

Attualmente vengono prodotte e commercializzate quattro diverse tipologie di Monte Veronese:

- **Monte Veronese D.O.P. a latte intero**, formaggio a pasta semicotta, prodotto esclusivamente con latte vaccino, intero, crudo o pastorizzato. La stagionatura varia da un minimo di 25 giorni ad un massimo di 60, il peso da 7 a 10 kg.
- **Monte Veronese D.O.P. d'allevato mezzano**, formaggio a pasta semicotta, prodotto esclusivamente con latte vaccino, parzialmente scremato. La stagionatura varia da 3 a 6 mesi, il peso da 6 a 9 kg.
- **Monte Veronese D.O.P. d'allevato vecchio**, formaggio a pasta semicotta, prodotto esclusivamente con latte vaccino, parzialmente scremato. La stagionatura minima è di circa un anno. Il peso varia da 6 a 9 kg.
- **Monte Veronese di Malga**, ottenuto esclusivamente dai caseifici e dalle malghe disponibili a produrre Monte Veronese d'allevato con latte proveniente da bovine che si alimentano al pascolo, in alpeggio. Le forme sono distinguibili dalle altre grazie a un marchio (la "M" di malga) apposto a fuoco sullo scalzo della forma, accanto a quello della D.O.P.

## La tutela

Il Monte Veronese è un formaggio tutelato dal 9 aprile 1993 da un Decreto del Presidente del Consiglio (pubblicato sulla GURI n. 196 del 21 agosto 1993) che ne riconosce la Denominazione di Origine.

Nello stesso anno si costituisce il consorzio volontario, denominato **Consorzio per la tutela del formaggio Monte Veronese D.O.P.**, che ha aggregato tutti i produttori di questo prodotto caseario.

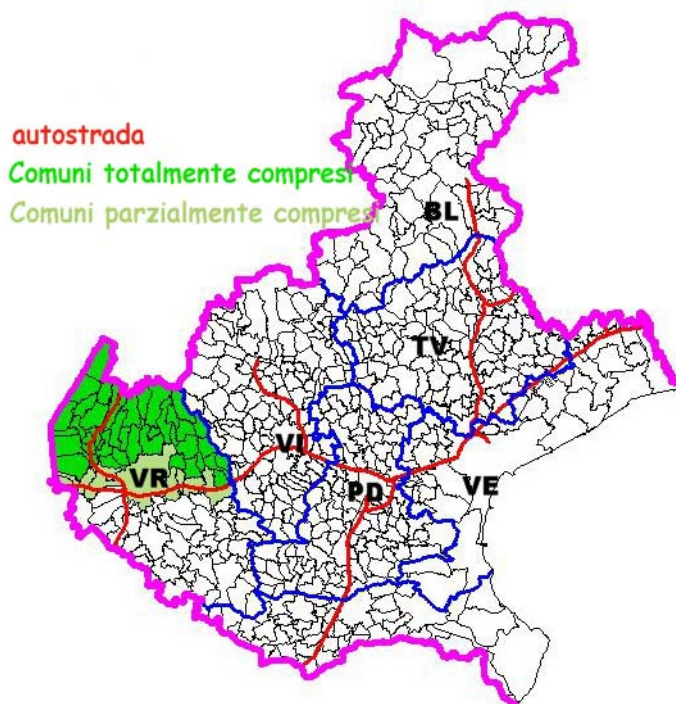
Oltre al nome “Monte Veronese” è stato riconosciuto anche il marchio: uno scudo con inserita una scala e sovrastante un’aquila reale (lo stemma degli Scaligeri).

Il 21 giugno 1996, con regolamento CE n. 1107/96 pubblicato sulla GUCE L148/96, il disciplinare per la produzione della D.O.P. «Monte Veronese» ha ottenuto la registrazione europea.

Il C.S.Q.A. – Certificazioni S.r.l. è l’organo di controllo autorizzato dal Ministero per effettuato i dovuti controlli sulla DOP.

## L’area di produzione

La zona di provenienza del latte di trasformazione e l’ubicazione dei caseifici per la produzione del formaggio Monte Veronese è circoscritta nella parte settentrionale della provincia di Verona e comprende tutto o in parte il territorio dei seguenti comuni: S.Bonifacio (parte), Soave (parte), Colognola ai Colli (parte) Mezzane di Sotto, Monteforte d’Aplone, Illasi, Cazzano di Tramigna, Caldiero (parte), Montecchia di Crosara, Roncà, Lavagno (parte), San Martino Buon Albergo (parte), Verona (parte), Bussolengo (parte), Pescantina, San Pietro in Cariano, Sona (parte), Castelnuovo (parte), Pastrengo, Peschiera del Garda (parte), Lazise, Bardolino, Garda, Cavaion Veronese, Affi, San Giovanni Ilarione, Tregnano, Badia Calavena, Vestenanuova, Selva di Progno, Velo Veronese, San Mauro di Saline, Grezzana, Cerro Veronese, Roverè Veronese, Bosco Chiesanuova, Ebrezzo, S. Anna d’Alfaedo, Marano di Valpolicella, Negrar, Fumane, S.Ambrogio di Valpolicella, Dolce, Rivoli Veronese, Costermano, Caprino Veronese, Ferrara di Monte Baldo, Brentino-Belluno, Malcesine, Brenzone, San Zeno di Montagnana, Torri del bianco.



## INTERVISTA a Giovanni Roncolato

PRESIDENTE DEL CONSORZIO TUTELA MONTE VERONESE D.O.P.

*Il Monteveronese ha acquisito la DOC nel 1993 ed è diventato DOP nel 1996, quindi in tempi relativamente vicini. Ci può spiegare la genesi che ha portato al suo riconoscimento?*

I produttori di Monteveronese hanno cominciato a parlare del riconoscimento di origine poco dopo la metà degli anni '70. In quegli anni si è formato un Comitato promotore con la finalità di ottenere la DOC. Grande animatore di questa fase iniziale è stato Giacomo Lavarini, che mi piace ricordare. L'obiettivo del gruppo promotore, formato principalmente da piccoli caseifici e da cooperative di allevatori dell'area della Lessinia, era quello di valorizzare il latte della montagna veronese con la produzione di un formaggio tipico e conosciuto, ma caratterizzato ancora da una scarsa identità. L'approvazione del disciplinare di produzione e il riconoscimento DOC nel 1993, ha permesso di produrre e valorizzare un formaggio di grande qualità con nome e cognome a tutto vantaggio dei consumatori.

*La produzione negli ultimi 6/7 anni è sempre oscillata tra le 55/60 mila forme, a parte il 2005 in cui si sono superate le 70 mila; ritiene che attualmente sia questa la sua dimensione commerciale o ci sono margini di miglioramento?*

La potenzialità produttiva è certamente superiore a quella attuale, sia per la capacità produttiva dei singoli caseifici che per la disponibilità di latte. A questo proposito devo ricordare che buona parte del latte prodotto nelle montagne veronesi finisce nei caseifici di pianura per la produzione del Grana Padano. Il lavoro dei produttori, in questi ultimi 15 anni, si è concentrato molto, da una parte, sulla fase produttiva per migliorare la qualità, dall'altra, sul consolidamento dei consumi nell'area di produzione. E' ancora piuttosto carente invece la fase di espansione commerciale, cioè la ricerca di nuovi clienti, di nuovi canali e opportunità. Ma è un aspetto di cui ormai si sente la necessità, per cui diversi caseifici si stanno muovendo anche in questo senso.

*Quale è l'area di consumo e di distribuzione attuale del Monteveronese e quali ritiene possano essere le condizioni per un suo possibilità di ampliamento?*

Il consumo di Monteveronese è attualmente concentrato soprattutto in provincia di Verona, dove si è ben consolidato. Una parte importante del prodotto è venduto attraverso gli spacci dei singoli produttori sia ai locali ma anche a turisti che frequentano la Lessinia e il Lago di Garda. Questo è ritenuto dai produttori già un successo, perché si è riusciti a far pulizia sul mercato di imitazioni o formaggi simili. Adesso il Monteveronese ha una sua chiara identità e viene apprezzato per la sua tipicità. Da qualche anno alcuni produttori hanno cercato e sono riusciti a farlo conoscere anche al resto del Veneto e fuori Veneto. Infatti il Monteveronese ormai si trova nei negozi delle maggiori città del Nord e Centro Italia. Da alcuni anni una piccola quota viene anche esportata dall'Agriform sui mercati del Nord America. A questo proposito è stato sicuramente importante il lavoro del Consorzio di Tutela che, partecipando alle maggiori manifestazioni fieristiche alimentari italiane ed estere e alle azioni di promozione, in collaborazione con la Regione del Veneto, ha contribuito a far conoscere le qualità di questo formaggio fuori di Verona. Ma il lavoro di promozione e valorizzazione non si può fermare: tramite il Consorzio e con la collaborazione di tutti i produttori dobbiamo continuare le azioni per migliorare la conoscenza di questo formaggio. Per il 2008 abbiamo in programma un nuovo disciplinare e varie manifestazioni

*Ritiene che il formaggio Monteveronese stia e possa remunerare in maniera sufficiente gli attuali produttori di latte e le aziende di trasformazione e commercializzazione, cioè ritiene che l'attuale andamento dei prezzi all'ingrosso corrisponda al valore economico della produzione?*

Ritengo che si possa ancora accrescere la quotazione del Monteverose e la sua valorizzazione anche se bisogna tenere sotto controllo l'andamento del mercato, soprattutto per quanto riguarda l'aumento dei prezzi del latte e di conseguenza del formaggio.

*Il Monteveronese ha in atto due interessanti azioni di valorizzazione e differenziazione di prodotto che sono il presidio Slow Food per i formaggi di malga e la produzione di Monteveronese con il solo latte della razza Bruno Alpina. Quali contributi hanno portato queste iniziative al maggior apprezzamento di questo formaggio?*

Il lavoro con Slow Food e l'esperimento di produrre Monteveronese con solo latte della razza di Bruna Alpina sono stati molto interessanti e propositivi per il futuro. Nel recente passato nei monti Lessini vi erano numerose malghe che caseificavano il latte prodotto. Oggi solo due malghe sono attrezzate per la caseificazione. Il latte di alpeggio perciò viene raccolto e portato nei caseifici dove è mescolato con quello degli allevamenti confinanti. In questo modo però si perdono le caratteristiche del latte prodotto nel periodo estivo col pascolo in alpeggio. Con l'iniziativa intrapresa insieme a Slow Food si è cercato di valorizzare il prodotto realizzato col latte di alpeggio, caseificato sia in malga sia presso i caseifici, che in questo caso hanno lavorato il latte separato dall'altro proveniente dalle stalle.

Nel 2006 la produzione di Monteveronese con il latte di alpeggio è stata di circa 2.000 forme, che sono riconoscibili dalla M (di malga) marchiata a fuoco sullo scalzo.

Anche l'esperimento con la razza Bruno Alpina ha dato buoni risultati, nel senso che a parità delle caratteristiche dell'alimentazione, si è ottenuto un latte più valido per la caseificazione del Monteveronese. La diffusione della Bruna Alpina è però ancora scarsa in Lessinia per ottenere produzioni significative. Quindi è una partita aperta i cui risultati futuri dipenderanno anche dall'interesse dei caseifici a spingere su questa razza e degli allevatori a modificare il patrimonio zootecnico.

Le nuove tipologie di Monte Veronese d'Allevato di Malga Presidio Slow Food sono un'opportunità che diamo alle malghe di farsi conoscere e dare un valore aggiunto ai formaggi e vari prodotti che producono per valorizzare anche il territorio.

Per quanto riguarda il progetto di sola Bruna la strada è lunga e difficile perché i produttori di latte non sono molto disponibili a cambiare razza e fare cambiamenti radicali nelle loro stalle.

*Proprio in questi ultimi mesi è in atto un aumento generalizzato del prezzo del latte alla stalla. Quali possono essere, secondo lei, le possibili ripercussioni sulla produzione e commercializzazione del Monteveronese.*

Come dicevo prima, bisogna stare attenti agli sbalzi dei prezzi del mercato, ai falsi allarmismi che molte volte i mass media trasmettono alla gente che va ad acquistare. Negli ultimi periodi i prezzi del latte erano realmente aumentati e di conseguenza anche il prezzo del formaggio, ma adesso tutto il mercato si è stabilizzato e forse si parla anche di una flessione.

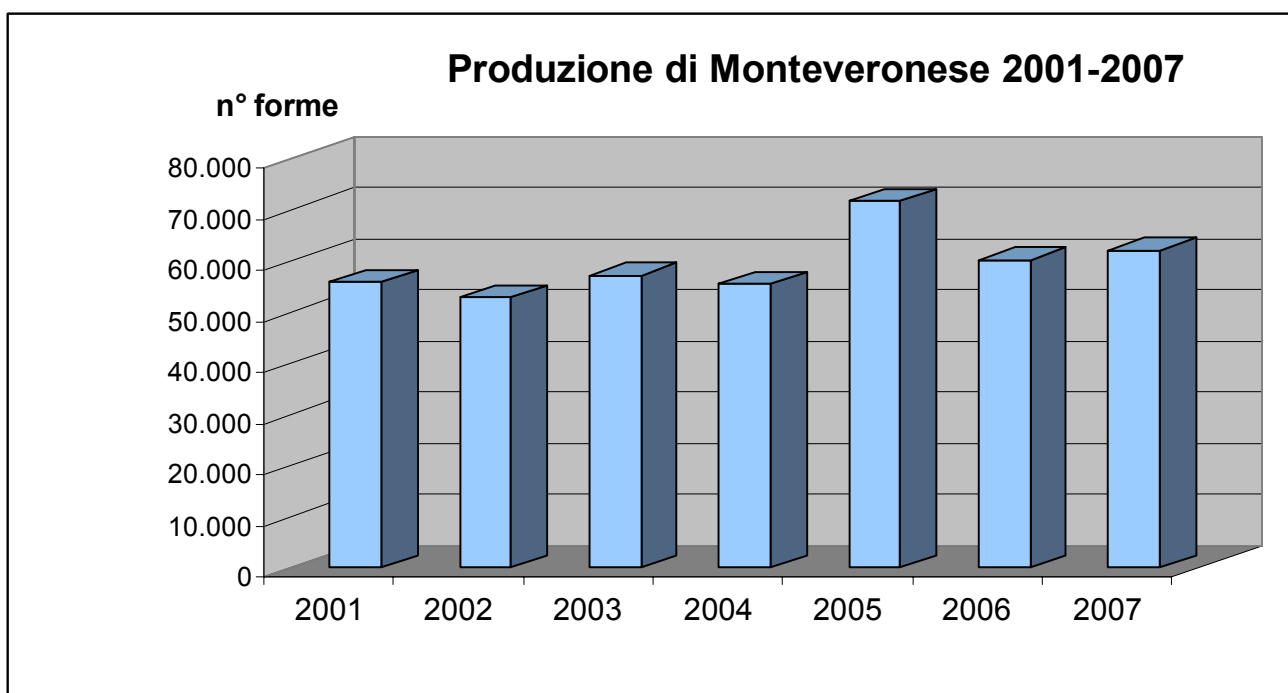
## LA PRODUZIONE DI MONTEVERONESE

### LE QUANTITA'

La produzione di formaggio Monteveronese, provenendo da un'area geograficamente piuttosto ristretta per precisi vincoli di D.O., è conseguentemente limitata.

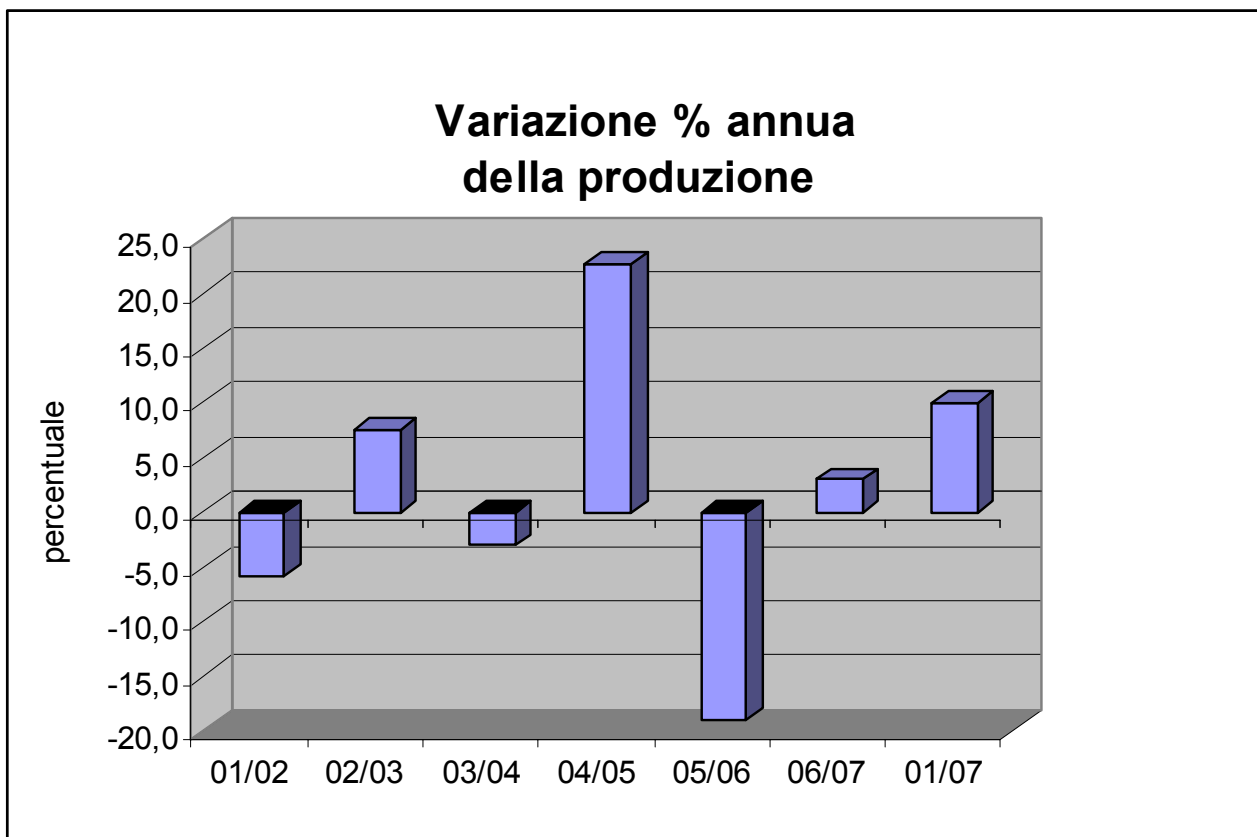
Produzione di Monte Veronese							
Numero di Forme							
Data del rilevamento	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Gennaio</b>	3.938	3.668	6.260	4.902	6.271	5.760	4.972
<b>Febbraio</b>	3.944	3.721	5.364	4.614	5.407	4.856	5.084
<b>Marzo</b>	4.877	4.737	4.854	4.771	5.912	3.933	5.169
<b>Aprile</b>	5.272	4.046	5.127	5.697	6.176	4.199	4.973
<b>Maggio</b>	4.882	3.975	5.590	5.116	6.218	4.765	4.656
<b>Giugno</b>	4.375	4.396	5.036	4.813	6.531	5.038	4.948
<b>Luglio</b>	4.289	4.159	4.735	4.048	5.326	5.522	4.290
<b>Agosto</b>	4.388	4.054	3.204	3.193	5.104	4.481	5.269
<b>Settembre</b>	4.566	4.029	3.760	3.421	4.665	4.498	5.475
<b>Ottobre</b>	5.376	4.470	3.656	4.563	6.219	5.903	6.570
<b>Novembre</b>	4.626	5.396	4.388	5.031	6.862	5.334	5.257
<b>Dicembre</b>	5.325	6.134	5.126	5.231	6.984	5.917	5.378
<b>Totale</b>	<b>55.858</b>	<b>52.785</b>	<b>57.100</b>	<b>55.400</b>	<b>71.675</b>	<b>60.206</b>	<b>62.041</b>

Fonte: Consorzio di Tutela su dati delle imprese trasformatrici

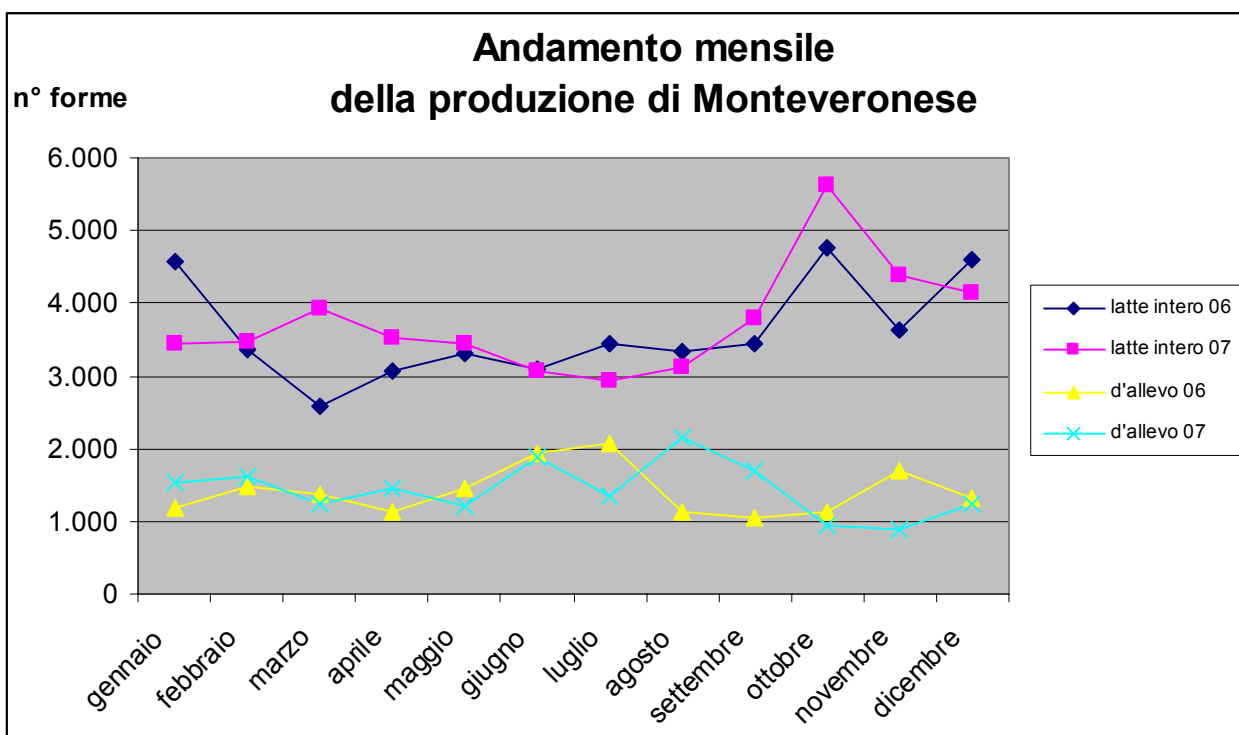


Fonte: Consorzio di Tutela su dati delle imprese trasformatrici

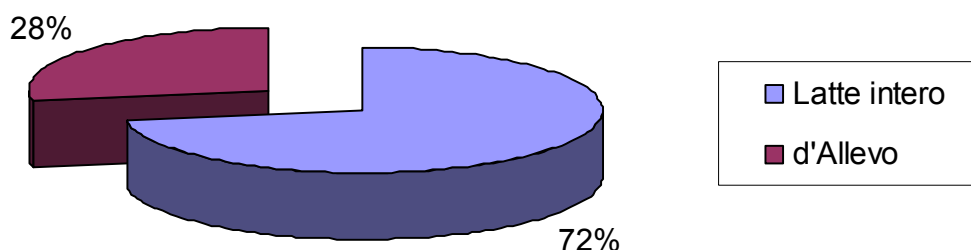




Il grafico mostra un andamento discontinuo, con due ampie variazioni nel 2005 e nel 2006, complessivamente però l'andamento produttivo è stato positivo, con un incremento sul 2001 del 10% circa e un incremento medio annuo dell'1%.



### Suddivisione media della produzione per tipologia negli ultimi anni



## I caseifici produttori di Monteveronese

	2006	2007
<b>N° Caseifici (aderenti al Consorzio)</b>	12	10

Fonte: Consorzio di Tutela

I caseifici aderenti al Consorzio di Tutela presentano caratteristiche diverse sia per dimensione che per specializzazione produttiva, con un'ampia variabilità. Si passa infatti dalla piccola produzione del caseificio di malga, specializzato nella tipologia d'Alleva, alla piccola industria casearia con una produzione superiore alle 10.000 forme.

## Il grado della specializzazione produttiva

### Monteveronese:

- le prime **due** aziende producono oltre il 50% della produzione complessiva;
- le prime **quattro** aziende producono l'80% della produzione complessiva.

### Tipologia d'Alleva

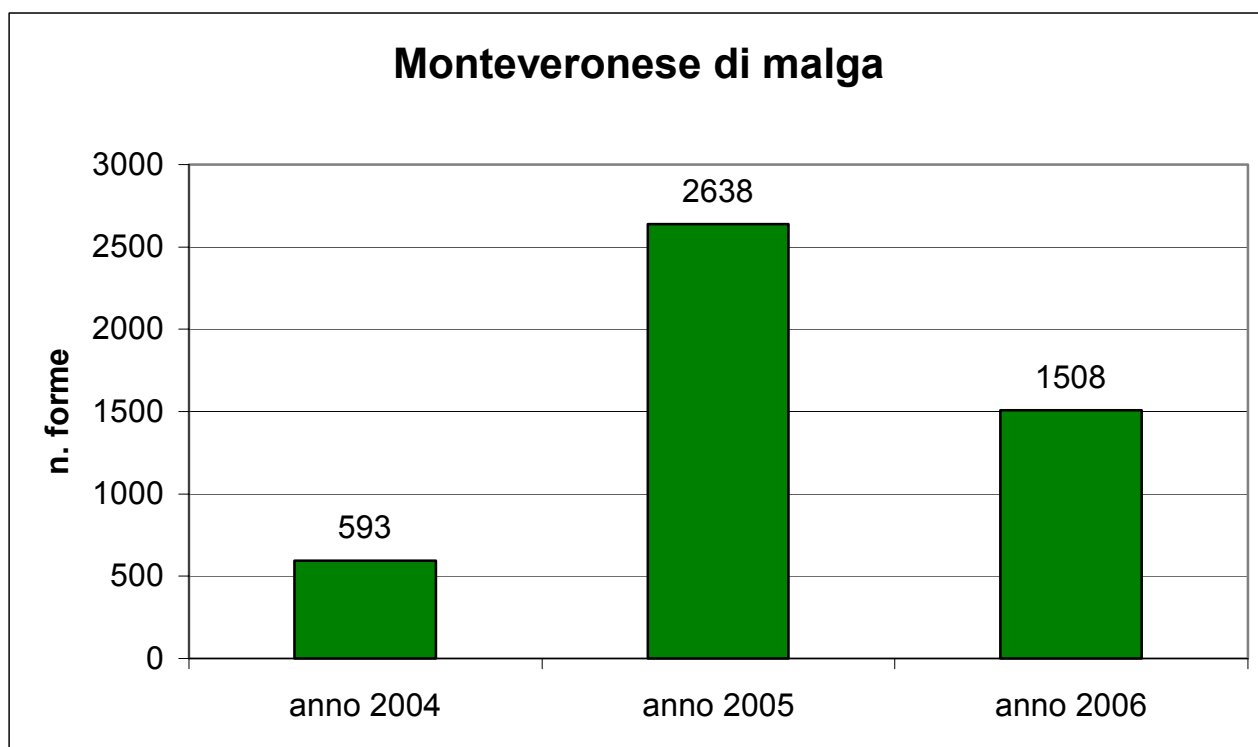
- due** aziende sono specializzate con una quota, sul totale della propria produzione, superiore al 60%;
- una** azienda produce quasi il 60% della produzione totale;
- Altre **tre** aziende hanno una discreta quota sulla propria produzione complessiva, compresa tra il 15 e il 30%.

### Tipologia fresco:

- cinque** aziende rivolgono la loro produzione in maniera quasi esclusi a questa tipologia, con una quota della propria produzione superiore al 90%;
- una** azienda ha una quota, sulla produzione totale di questa tipologia, di oltre il 30%;
- le prime **tre** aziende fanno oltre il 60% della produzione.

## Il Monteveronese di malga

Il Presidio Slow Food del Monteveronese di malga nasce nel 2004 e in quell'anno si ha la prima produzione certificata. L'entusiasmo spinge la produzione nel 2005, mentre nel 2006, pur consolidandosi, la produzione cala. Nel 2007 la produzione in marchiatura dovrebbe attestarsi, su dichiarazioni del Consorzio di Tutela, sulle stesse quantità del 2006. Si tratta sicuramente di una produzione molto marginale, ma importante per sottolineare la tipica identità di questo formaggio con il territorio di origine.

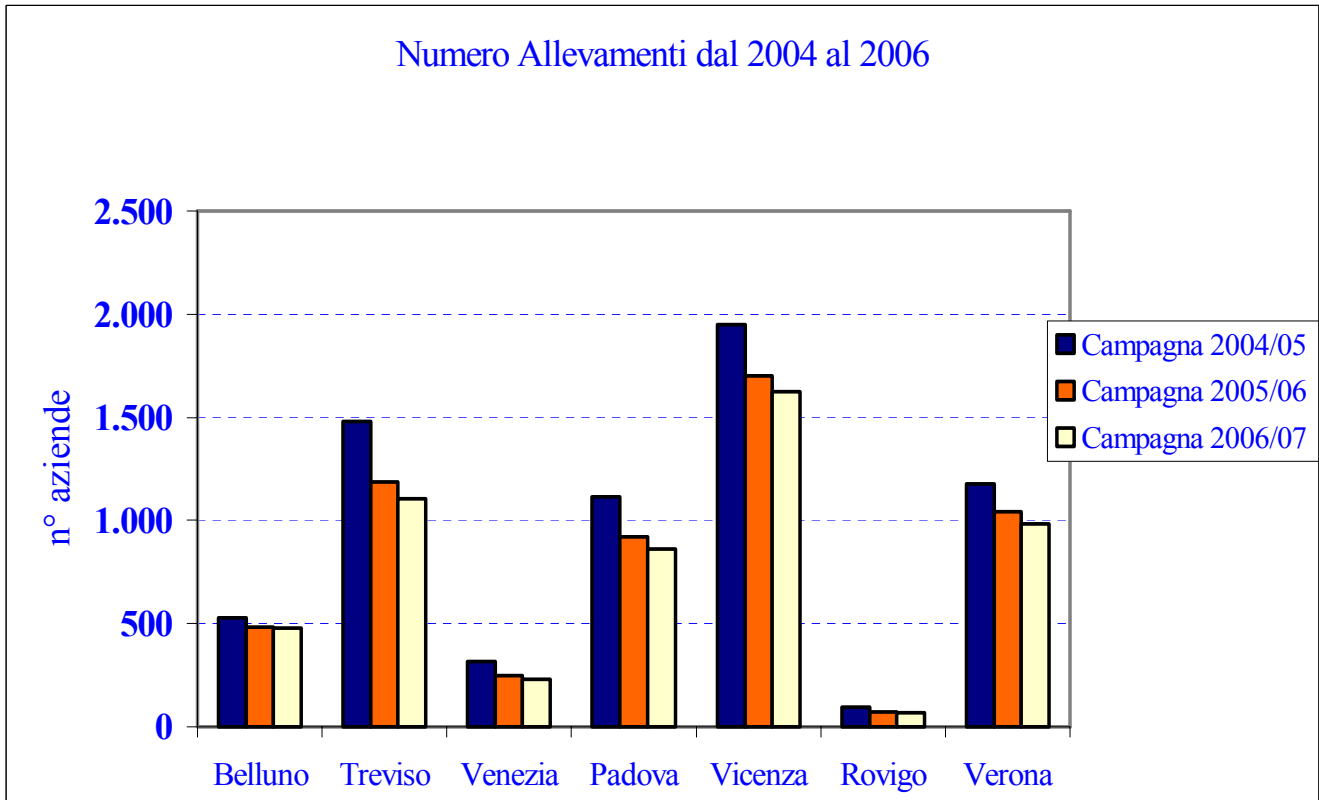


Fonte: Consorzio di Tutela

## Allevamenti e produzione di latte nella Regione Veneto

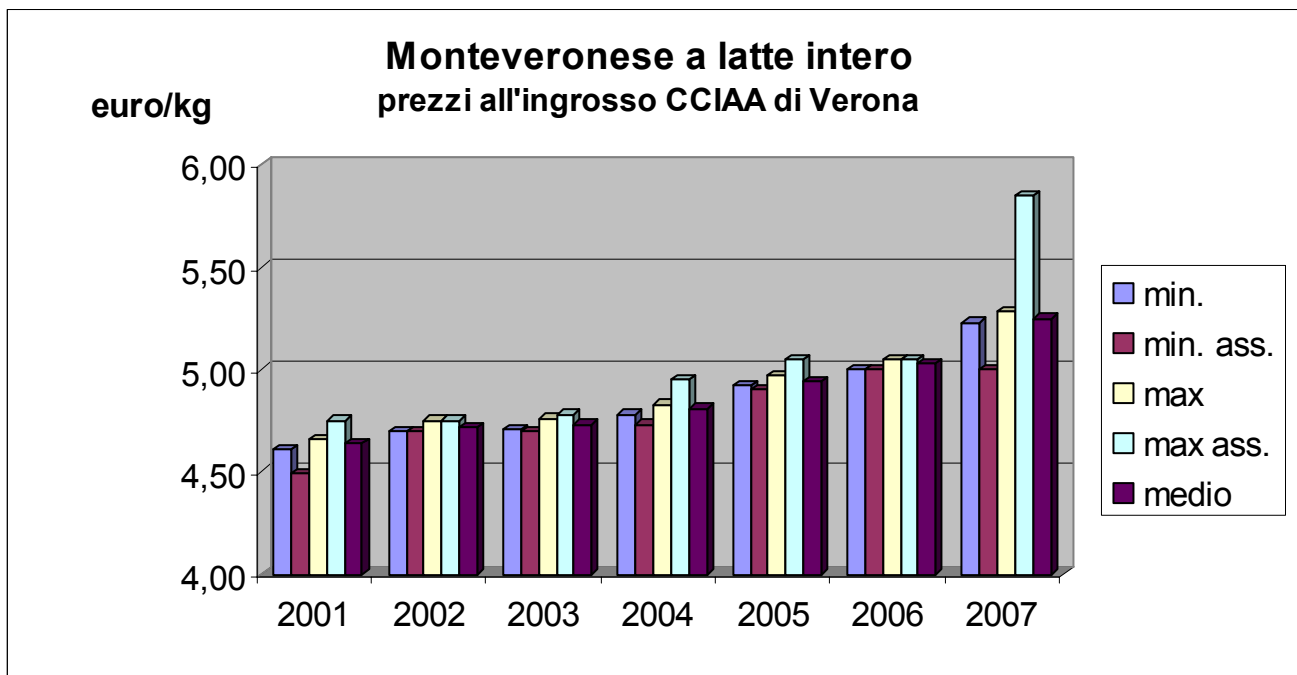
PROVINCIA	Campagna 2005/06		Campagna 2006/07	
	N° aziende con prod.	Produzione latte (kg)	N° aziende con prod.	Produzione latte (kg)
Belluno	387	45.303.619	371	46.482.389
Treviso	1.152	178.422.833	1.044	175.262.699
Venezia	243	64.765.623	217	62.833.418
Padova	920	232.353.604	839	225.238.388
Vicenza	1.690	350.516.734	1.587	350.056.543
Rovigo	68	24.204.784	66	25.770.569
<b>Verona</b>	<b>1.006</b>	<b>277.691.790</b>	<b>967</b>	<b>293.034.197</b>
<b>TOTALE</b>	<b>5.657</b>	<b>1.173.258.987</b>	<b>5.091</b>	<b>1.178.678.203</b>

Fonte: Agea



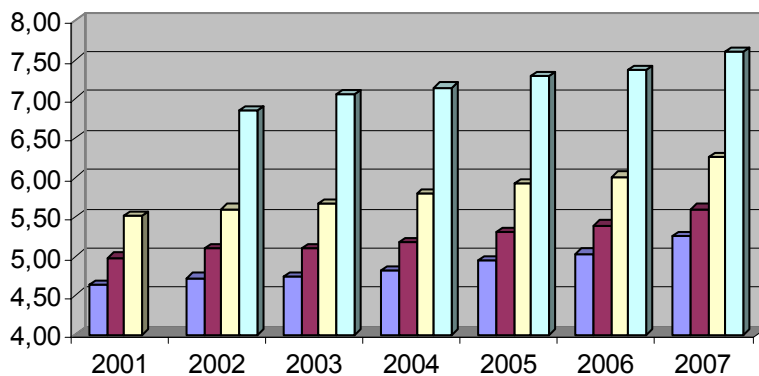
Fonte: Agea

## I PREZZI



### Monteveronese prezzi medi annui borsa merci della CCIAA di Verona

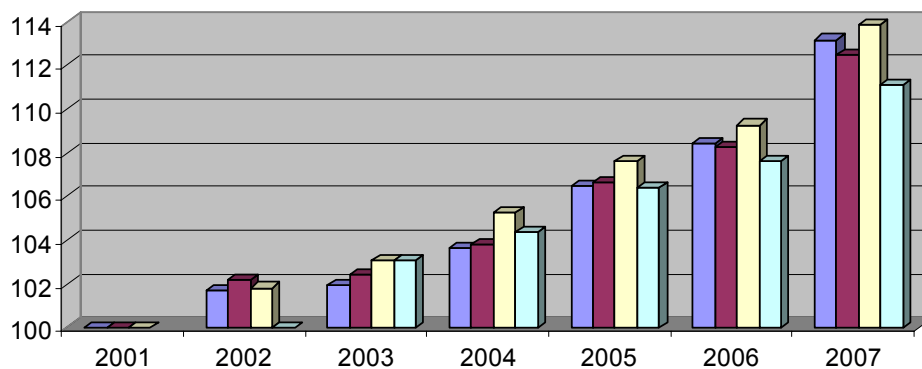
euro/kg



- A latte intero
- D'allevato fresco
- D'allevato mezzano
- D'allevato vecchio

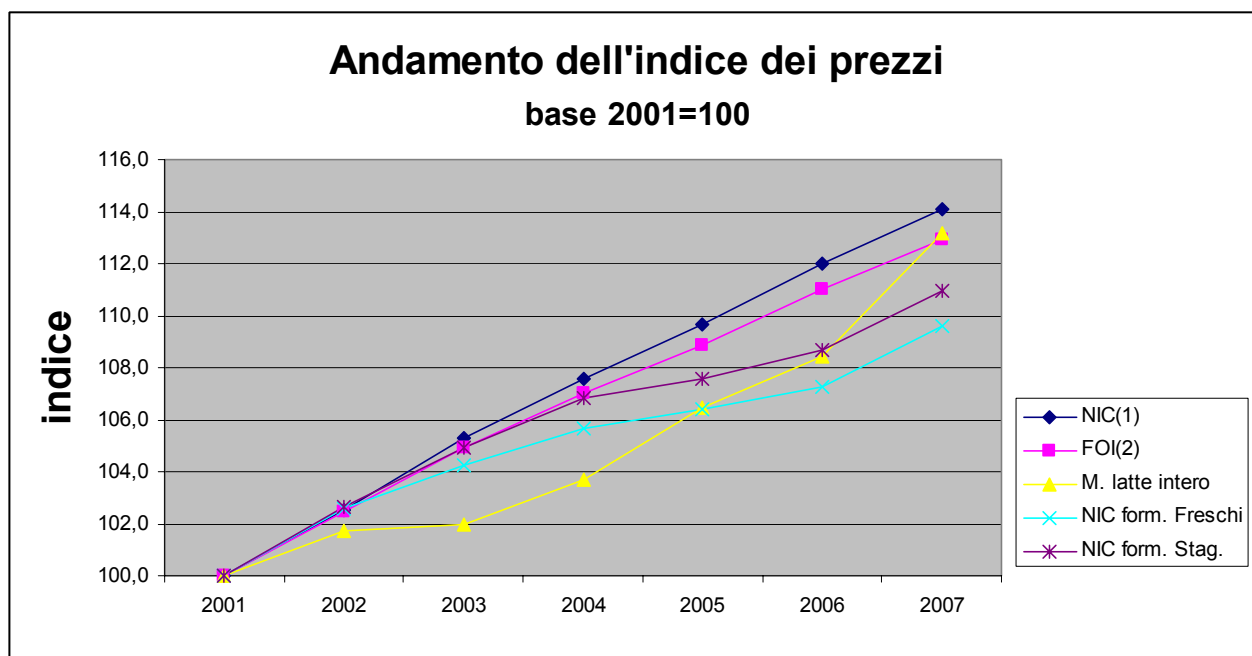
### Monteveronese evoluzione degli indici dei prezzi all'ingrosso

(2001=100, 2002 per il vecchio)



- latte intero
- fresco
- mezzano
- vecchio

Il sottostante grafico mette a confronto l'andamento dell'indice dei prezzi al consumo generale, del comparto formaggi con l'indice dei prezzi all'ingrosso del Monteveronese a latte intero.



**(1) (2) indici dei prezzi al consumo:** per l'intera collettività nazionale (NIC), per le famiglie di operai e impiegati (FOI) NIC e FOI si basano sullo stesso paniere, ma il peso attribuito a ogni bene o servizio è diverso, a seconda dell'importanza che questi rivestono nei consumi della popolazione di riferimento.

**(1) NIC** misura l'inflazione a livello dell'intero sistema economico; in altre parole considera l'Italia come se fosse un'unica grande famiglia di consumatori, all'interno della quale le abitudini di spesa sono ovviamente molto differenziate. Per gli organi di governo il NIC rappresenta il parametro di riferimento per la realizzazione delle politiche economiche.

**(2) FOI** si riferisce ai consumi dell'insieme delle famiglie che fanno capo a un lavoratore dipendente (extragratico). E' l'indice usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ad esempio gli affitti o gli assegni dovuti al coniuge separato.

## Osservazioni in margine ai dati

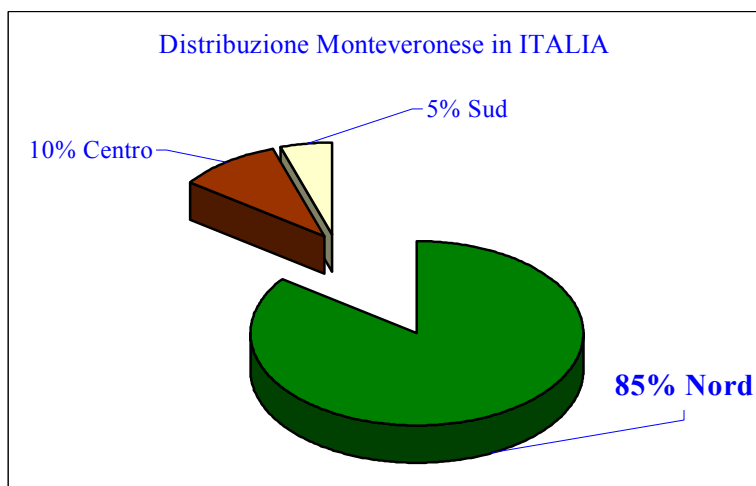
Dall'analisi complessiva degli indici dei prezzi emerge, sul piano della valorizzazione economica, una discreta tenuta del Monteveronese, orientata al miglioramento. All'ingrosso, infatti, è riuscito a recuperare, negli anni più recenti, il livello delle quotazioni portandosi in linea con l'inflazione, molto meglio del comparto dei formaggi in generale, che ha visto invece un andamento opposto. Questo emerge dal raffronto con l'andamento dei prezzi al consumo relativo ai formaggi freschi e stagionati e conoscendo la capacità della Moderna Distribuzione di mantenere il proprio margine di contribuzione grazie alla propria forza contrattuale.

## LA DISTRIBUZIONE DEL MONTEVERONESE

<b>Italia</b>	<b>90,0 %</b>
<b>Estero</b>	<b>10,0 %</b>

Fonte: Consorzio tutela

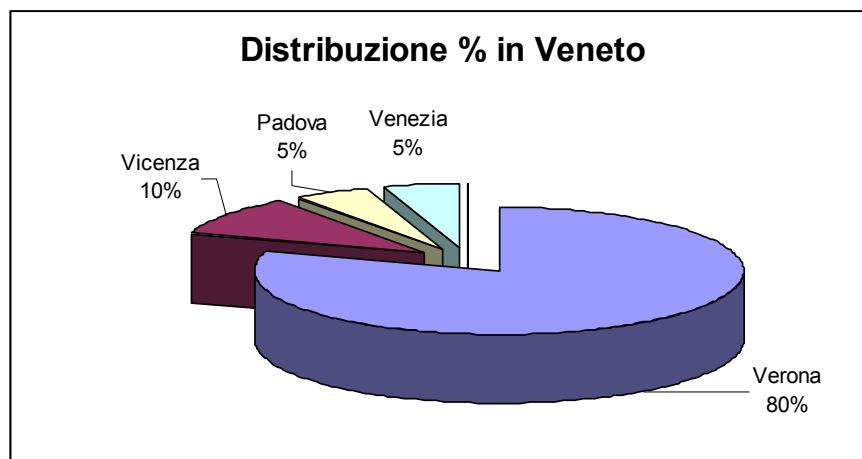
### IN ITALIA



### IN VENETO

Provincia	%
Verona	80
Vicenza	10
Padova	< 5
Venezia	< 5
Belluno	0
Rovigo	≤ 1
Treviso	≤ 1

Fonte: Consorzio tutela



## I canali distributivi

### Canali di vendita

<b>Canali</b>	<b>%</b>
Vendita diretta	20
Distribuzione moderna	30
Dettaglio tradizionale	35
Altro (*)	15

\* piccole gastronomie, ambulanti, manifestazioni e ceste natalizie

## Osservazioni in margine ai dati

La soprastante tabella è indicativamente rappresentativa della realtà di tutti i produttori, in effetti è presente una buona variabilità nella scelta dei canali, in funzione anche della dimensione del caseificio. In particolare per alcuni caseifici risulta particolarmente importante la vendita diretta e la distribuzione al dettaglio tradizionale. Questo ad avvalorare il radicamento trasversale del Monteveronese nelle abitudini alimentari del territorio



## MONTEVERONESE: rischio di contraffazione?

Il rischio di contraffazione per il Monteveronese è oggi molto contenuto data la diffusione per lo più regionale del prodotto e la chiara distinzione attraverso il marchio DOP

Può verificarsi, però, un effetto sostituzione, con formaggi della stessa famiglia come l'Asiago e altri.

Il Monteveronese ha sofferto in passato di imitazioni quanto il prodotto era scarsamente identificabile per mancanza di marchio, aspetto ormai legato al passato.

***Il seguente elenco indica quali Formaggi Italiani sono attualmente più soggetti a imitazione e in quali Paesi:***

Paesi	Formaggi
USA	Parmesan, Asiago, Montasio, Gorgonzola, Pecorino Sardo e Romano, Provolone e Fontina
CANADA	Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Parmesan, Gorgonzola, Romano, Asiago, Friulano, Provolone, Caciocavallo, Mozzarella e Tuma
ARGENTINA	Parmesano e Reggiano, Fontina e Provolone, Sardo e Romano
CILE	Parmesano e Reggianito
BRASILE	Parmesao, Gorgonzola e Provolone
AUSTRALIA	Parmesan, Gorgonzola e Tinboonzola, Romano, Mascarpone

Fonte: Elaborazioni Coldiretti

Le imitazioni più famose possono essere facilmente scoperte su Internet cliccando sui siti come

[http://www.antigocheese.com/prod\\_asiago.asp](http://www.antigocheese.com/prod_asiago.asp)

<http://www.riccardosmarket.com/>

<http://www.belgioioso.com/Asiago.htm>

## IL COMMENTO di Angelo Rossi

CONSULENTE, FORMATORE E OPINIONISTA SUI TEMI DEL SETTORE LATTIERO CASEARIO

Sono due le parole chiave che vorrei mettere in evidenza: qualità e territorialità.

Esprimono due valori attorno ai quali ruota buona parte del destino del settore lattiero caseario italiano, perché dietro ad ogni prodotto caseario finito sta il latte o, meglio ancora, la sua qualità. Dietro ad ogni prodotto caseario finito sta l'insieme delle tecniche, dei saperi, del saper fare, delle tradizioni di un territorio.

A chi produce latte e a chi lo trasforma in un prodotto radicato nel territorio, come lo è il formaggio Monteveronese, devono stare a cuore due grandi obiettivi, fra loro collegati:

- *portare la qualità del latte di montagna a livelli sempre più alti, anzi lanciarla in alta quota.*
- *promuovere e difendere la territorialità, intesa come sintesi storico geografica di caratteristiche e, insieme, di competenze maturate nell'ambiente di montagna.*

Mi sembra che il Monteveronese sia la testimonianza che questi due obiettivi si possono raggiungere brillantemente.

A questo punto, però, occorre, prendere in considerazione una terza parola: **mercato**, per affrontarlo in una prospettiva dinamica e allargata, capace di uscire da una dimensione unicamente locale.

Per accompagnare il Monteveronese, formaggio d'eccellenza, a questo sbocco è necessario rafforzare la voce dei Produttori, in coalizioni finalizzate a vendere il prodotto alla GDO puntando sulle sue peculiarità: credo vada superata la vendita in partita, frazionata e isolata, credo ci sia da puntare a momenti consortili, volti a difendere i prezzi ma anche a creare una dimensione di mercato multipla e articolata.

E allargo un attimo il discorso, rilanciando un vecchio sogno: quello di vedere non solo Produttori coinvolti nel medesimo intento, ma di pensare ai formaggi di qualità di un territorio sotto l'etichetta comune e forte di "*Formaggi della montagna*", un marchio capace di promuovere una identità precisa.

Questo invito ad aprire al nuovo e a cercare la dimensione dell' "*insieme*", della "*addizione*", è un invito all'esserci, allo "*star dentro ai mercati che cambiano*": ogni contatto e ogni collaborazione, in questa prospettiva, diventano un punto di forza e di supporto.

## GLI ASSOCIATI al Consorzio di Tutela

Num. produt.	Caseificio
8	<p><b><u>Ca' Verde Soc. Coop. 8 Marzo a.r.l</u></b>                      Località Cà Verde - 37100 - S.Ambrogio di Valpolicella VR                      Tel 045/6888452 fax 045/6861245</p>
12	<p><b><u>Caseificio Sociale Lessinia Soc. Coop. a.r.l</u></b>                      Via Roma, 38 - 37028 Roverè Veronese VR                      Tel 045/6518012 fax 045/6517126</p>
13	<p><b><u>Caseificio Menegazzi s.n.c.</u></b>                      Via Corte Bernardi, 12 - 37020 Erbezzo VR                      Tel. 045/7075008 fax 045/7075008</p>
15	<p><b><u>Malga Lessinia Az. Ag. Campedelli Omero</u></b>                      Via degli Alpini, 51 - 37020 Erbezzo VR                      Tel. 045/7075009 fax 045/7075009</p>
18	<p><b><u>Caseificio Morandini di Morandini Ruggero e C. s.n.c.</u></b>                      Via Dosso, 1 - 37020 Erbezzo VR                      Tel. 045/7075050 fax 045/7075050</p>
19	<p><b><u>Caseificio Giulia s.n.c. di Lovarini Giovanni e C.</u></b>                      Piazza dalla Bona, 4 - 37020 S. Anna D'Alfaedo VR                      Tel. 045/7532575 fax 045/7532575</p>
20	<p><b><u>Lessini s.r.l.</u></b>                      Via Maso di Sotto, 8 - 37028 Roverè Veronese VR                      Tel. 045/6516028 fax 045/6518019</p>
22	<p><b><u>Casearia Albi s.a.s.di Albi Alfonso e C.</u></b>                      Via Verde - 37030 Velo Veronese VR                      Tel. 045/7835579 - fax 045/7835579</p>
24	<p><b><u>Caseificio Artigiano Gugole Dario</u></b>                      Via Pernigotti, 176 - 37030 Selva di Progno VR                      Tel. 045/6550285 fax 045/6550285</p>
25	<p><b><u>La Casara Roncolato Romano s.r.l.</u></b>                      Via Nuova, 1 - 37030 Roncà VR                      Tel. 045/7460052 fax 045/6545051</p>

## LINK UTILI



<a href="http://www.monteveronese.it/">www.monteveronese.it/</a>	sito internet del Consorzio Tutela del Monteveronese
<a href="http://www2.regione.veneto.it/vid_eoinf/rurale/prodotti/monte_veronese.htm">http://www2.regione.veneto.it/vid_eoinf/rurale/prodotti/monte_veronese.htm</a>	pagine web dedicate al Monteveronese sul sito della Regione Veneto
<a href="http://www.regione.veneto.it/Economia/Agricoltura+e+Foreste/Agroalimentare">http://www.regione.veneto.it/Economia/Agricoltura+e+Foreste/Agroalimentare</a>	presentazione del Monteveronese nelle pagine dei prodotti a DOP nel sito della Regione Veneto
<a href="http://www2.regione.veneto.it/vid_eoinf/rurale/precedenti/anno%202004/41/duemadaglie.htm">http://www2.regione.veneto.it/vid_eoinf/rurale/precedenti/anno%202004/41/duemadaglie.htm</a>	Premi all'Olimpiade dei formaggi 2004
<a href="http://www.veja.it/index.php?archives/634-LESSINIA-FORMAGGIO-MONTE-VERONESE.html">http://www.veja.it/index.php?archives/634-LESSINIA-FORMAGGIO-MONTE-VERONESE.html</a>	Sull'origine storica del formaggio
<a href="http://www.clal.it/">www.clal.it/</a>	sito che approfondisce il mercato lattiero-caseario nazionale e internazionale
<a href="http://www.ismea.it">www.ismea.it</a>	sito sulle produzioni e mercati agroalimentari
<a href="http://www.unicatt.it">www.unicatt.it</a>	sito dell'Università Cattolica di Piacenza – Osservatorio sul mercato dei prodotti lattiero-caseari
<a href="http://www.aia.it">www.aia.it</a>	sito dell'Associazione Italiana Allevatori
<a href="http://www.formaggio.it/casatellatrevigiana.htm">www.formaggio.it/casatellatrevigiana.htm</a>	sito per la conoscenza dei formaggi italiani ed europei
<a href="http://www.assolatte.it">www.assolatte.it</a>	sito dell'Associazione Italiana Lattiero Casearia dei Trasformatori
<a href="http://www.distam.unimi.it">www.distam.unimi.it</a>	sito del Dipartimento di scienze e tecnologie alimentari e microbiologiche dell'Università di Milano
<a href="http://www.venetoagricoltura.org">www.venetoagricoltura.org</a>	sito dell'Az. Regionale Veneto Agricoltura
<a href="http://www.federalimentare.it">www.federalimentare.it</a>	sito della sezione alimentare della Confindustria
<a href="http://www.politicheagricole.it">www.politicheagricole.it</a>	sito del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali
<a href="http://www.sicuralimentare.it">www.sicuralimentare.it</a>	sito del Comitato Nazionale per la Sicurezza Alimentare
<a href="http://www.csqa.it">www.csqa.it</a>	sito dell'Ente di certificazione CSQA

## REDAZIONE

Il progetto di ricerca è coordinato da *Alessandro Censori* di Veneto Agricoltura.

**La redazione del testo è stata chiusa a marzo 2008.**

Il rapporto è stato realizzato da:

	Luigino Disegna, Alessandro Censori, Gabriele Zampieri
	Angelo Rossi, Zena Roncada, Alessandra Bignardi,

Rapporto edito da:

### **VENETO AGRICOLTURA**

Azienda Regionale per i Settori Agricolo Forestale e Agroalimentare

Settore Studi Economici

Viale dell'Università, 14 - Agripolis - 35020 Legnaro (Pd)

Tel. 049/8293711 – Fax 049/8293815

e-mail: [studi.economici@venetoagricoltura.org](mailto:studi.economici@venetoagricoltura.org)

sito web: [www.venetoagricoltura.org](http://www.venetoagricoltura.org)

Realizzazione editoriale:

*Gabriele Zampieri* (Veneto Agricoltura)

Realizzazione grafica della copertina:

*Isabella Lavezzo* (Veneto Agricoltura)



Supporto informatico  
Geko s.r.l.

E' consentita la riproduzione di testi, tabelle, grafici ecc. previa autorizzazione da parte di Veneto Agricoltura, citando gli estremi della pubblicazione.

**Il Rapporto è pubblicato sul sito Web di Veneto Agricoltura ed è reperibile seguendo il percorso: >> osservatorio economico >> servizi informativi**