



# La Casatella trevigiana

## INDICE

<b>EDITORIALE</b> di Luigino Disegna .....	2
I territori e i prodotti: alla ricerca della differenza .....	2
<b>PRESENTAZIONE</b> della Casatella Trevigiana.....	3
<b>INTERVISTA</b> a Mauro Toniolo .....	4
<b>INTERVISTA</b> a Bruno Bernardi .....	7
<b>LA PRODUZIONE DI CASATELLA TREVIGIANA</b> .....	10
<i>LE QUANTITA'</i> .....	10
Caseifici Produttori di Casatella Trevigiana.....	10
Allevamenti e produzione di latte nella Regione Veneto .....	11
<i>I PREZZI</i> .....	12
<i>LA DISTRIBUZIONE DELLA CASATELLA TREVIGIANA</i> .....	13
Tipo di distribuzione.....	14
<i>CASATELLA TREVIGIANA: rischio di contraffazione?</i> .....	16
<b>IL COMMENTO</b> di Angelo Rossi .....	17
<b>GLI ASSOCIATI</b> al Consorzio di Tutela .....	18
<b>LINK UTILI</b> .....	19
<b>REDAZIONE</b> .....	20

### **I territori e i prodotti: alla ricerca della differenza**

Un territorio non è soltanto un'area geografica, ben definita e delimitata, che include porzioni di terreno o di acque.

E' uno spazio modificato dall'uomo, attraverso il lavoro e lo stratificarsi di civiltà ed esperienze, da cui nascono modelli di vita e tradizioni.

Un territorio è, dunque, un laboratorio di conoscenze che nascono sia dall'ambiente naturale, sia dal modo in cui la sua gente lo vive e lo trasforma.

La marca trevigiana è, proprio per questo, un territorio dalle peculiarità difficilmente imitabili, che trovano un'ampia visibilità anche in una grande tradizione enogastronomica basata su una vasta gamma di prodotti tipici: dagli ottimi vini Doc di collina e di pianura al famoso radicchio rosso di Treviso e agli asparagi di Cimadolmo, entrambi a indicazione geografica protetta.

Nel paniere di questo territorio c'è anche un formaggio da tavola, a pasta molle: un tempo erano le famiglie contadine della pianura a produrlo, in casa, con il latte delle loro vacche: per molti era uno dei pochi cibi a disposizione, da accompagnare con una fetta di polenta abbrustolita, oppure da barattare con altri generi alimentari.

Questo formaggio è la **Casatella Trevigiana**, che conserva nel nome una duplice suggestione: ricorda "caseus", cioè il cacio che, già in tempi remoti, assieme alla ricotta, ha rappresentato una delle destinazioni più conservabili e durature del latte; ma richiama anche la sua origine domestica, il suo essere "casada", formaggio fatto in casa, magari col latte prestatato, nell'eventualità di una mancanza, dal vicino, in nome di quell'antica "prestanza del latte" che da sempre ha funzionato come forma di solidarietà e condivisione.

Un formaggio di tradizione e di qualità, rispetto al quale è necessario un atteggiamento di tutela: in un'epoca di massificazione e omologazione di alimenti e gusti, di globalizzazione anche dei sapori, diventa importante salvare e coltivare le differenze, come tratti distintivi di una identità locale.

Il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta, DOP, secondo le norme europee, è una tappa importante all'interno di questo itinerario volto ad una progressiva salvaguardia e valorizzazione.

## PRESENTAZIONE della Casatella Trevigiana

La Casatella Trevigiana è un formaggio prodotto con latte vaccino intero nell'area tipica della provincia di Treviso, in un numero ristretto di caseifici artigianali, secondo i modi della lavorazione tradizionale, rivisti e perfezionati: rappresenta circa il 10% dell'intera produzione di formaggi della provincia.

La sua produzione, un tempo limitata al solo periodo invernale, copre ora tutto l'arco dell'anno.

È un formaggio fresco, a pasta molle, di consistenza morbida e cremosa, fondente in bocca.

È consumabile dopo una maturazione di 4-8 giorni, è ricco dei componenti originali della materia prima e di una salutare flora batterica.

Colore da bianco latte a bianco crema, con occhiature assenti o minute.

Odore lieve, latteo e fresco.

Sapore dolce, non esente da sfumature lievemente acidule.

Si presenta in forme cilindriche, dalla crosta appena percettibile o assente, di varia misura: grandi (1,8 kg circa) o piccole (da 350 grammi).

Lo scalzo varia dai 5 ai 9 cm e il diametro dagli 11 ai 22.

Recentemente riconosciuto dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, in via provvisoria, come prodotto DOP e identificato da un marchio ad hoc, è in attesa del riconoscimento europeo (Decreto MiPAAF del 26 maggio 2004 e successive modifiche)

Formaggio semplice e delicato, ben si coniuga con le esigenze della tavola e della cucina moderna.



## INTERVISTA a Mauro Toniolo

PRESIDENTE DEL CONSORZIO TUTELA DELLA CASATELLA TREVIGIANA D.O.P.



(Mauro Toniolo)

*Dr. Toniolo, scorrendo pagine e siti dedicati alla Casatella Trevigiana, emerge come questo prodotto tenda a coniugare il passato e il presente. Con quali strategie, secondo lei, è possibile conciliare i valori positivi espressi in un prodotto DOP, come la Casatella Trevigiana, con le esigenze del mercato?*

La Casatella Trevigiana è un formaggio fortemente legato al territorio, di antiche origini contadine. Nelle tante aziende agricole di un tempo infatti, il latte prodotto, se eccedente, veniva trasformato in burro, formaggi, ricotta, direttamente in azienda attraverso metodi caseari artigianali, oppure consegnato alle latterie turnarie esistenti in ogni paese del trevigiano. La forte connotazione artigianale, nella produzione di questo formaggio, si è mantenuta ancor oggi. Gli attuali caseifici della provincia, pur rispondendo a moderni criteri di gestione, hanno conservato uomini e tradizioni operative garantendo nel contempo le peculiarità del prodotto tipico e un efficiente sistema distributivo frutto dell'esperienza maturata nella produzione e commercializzazione anche di altri formaggi freschi. Basta scorrere i nomi dei caseifici aderenti al Consorzio per capire come siano presenti aziende conosciute e affermate in tutta Italia proprio per la loro produzione di formaggi freschi.

A tal riguardo desidero ricordare che la Casatella Trevigiana nel 2004 è stata premiata dal ministro Alemanno col prestigioso primo premio "Qualità Buon'Italia". Infatti la Casatella Trevigiana è stata individuata, tra i tanti prodotti tipici e tradizionali veneti, quale prodotto che meglio riesce a unire qualità, tradizione e importanza economica per il territorio.

*Molto spesso capita che prodotti di nicchia, anche se DOP, vengano poco considerate dalla GDO in quanto non raggiungono una certa massa critica adeguata al Centro di Distribuzione. Come ritiene sia possibile relazionarsi alla moderna distribuzione quando i consumi sono principalmente regionali e le quantità relativamente limitate rispetto ad altri tipi di formaggio?*

Non credo che sia questo il problema. La GDO è anch'essa attenta ai prodotti tipici regionali, anche di nicchia, riservando ad essi ampio spazio di vendita. Nel caso della Casatella Trevigiana DOP non si può parlare di prodotto di nicchia, in quanto vi sono grandi potenzialità produttive ancora inesprese. Il problema dei prodotti tipici è quello di far breccia sul consumatore con una informazione più precisa e corretta sulla loro qualità, sulla loro provenienza, sui metodi di lavorazione e sull'origine delle materie prime. Da un recente sondaggio meno del 25% dei consumatori sa cosa significhi l'acronimo DOP o IGP, pochi inoltre sono quelli che sanno leggere e interpretare correttamente un'etichetta. Uno degli obiettivi del Consorzio è quello di cercare di aumentare il livello di informazione già dalle scuole, dove da tempo operiamo con grandi soddisfazioni.

*La continua trasformazione del gusto e del costume pongono l'esigenza commerciale di offrire ampiezza e profondità di gamma. In che modo la Casatella sa rispondere a questi bisogni nel contesto dei formaggi freschi? A suo parere, su quali peculiarità dovrebbe basarsi un lancio di questo prodotto su scala nazionale al fine di stimolarne la domanda?*

Un prodotto tipico non segue le mode o il costume, sono altri gli aspetti su cui deve far leva: l'elevata qualità, la certezza dell'origine, la tipicità, il gusto senza sorprese. Le mode sono veloci a passare, le tradizioni no. Formaggi come il Parmigiano Reggiano non hanno subito nel tempo significative variazioni. Un punto su cui invece a mio avviso si deve migliorare riguarda la presentazione del prodotto, dal packaging a tutte le forme emergenti di marketing che devono attirare l'attenzione del consumatore sulle caratteristiche proprie di un prodotto a denominazione protetta: l'origine certa, la qualità, la tradizionalità e la genuinità del prodotto, i maggiori controlli, per citarne solo alcune.

*Oltre alla leva distributiva, i manuali di marketing pongono l'accento sulla promozione, compito che spesso viene svolto dai consorzi di tutela DOP. Quali sono le iniziative che il Suo Consorzio ha messo e metterà in atto per promuovere la Casatella Trevigiana?*

Dobbiamo recuperare molto terreno perduto in questo campo. Una informazione distorta e contraddittoria ha posto negli ultimi anni sul banco degli imputati gli alimenti di origine animale, comunicando l'errato concetto che esistono degli alimenti "che fanno male", quando è risaputo che non esiste un alimento "che fa male", ma, anzi, che una dieta il più possibile varia e bilanciata garantisce al nostro organismo la massima efficienza. E' per questo che, come accennavo prima, il Consorzio sta lavorando molto con le scuole, con le organizzazioni sportive, con la classe medica per correggere alcune convinzioni errate e valorizzare gli aspetti nutrizionali importanti del nostro prodotto: l'elevato valore biologico, l'alta digeribilità, la ricchezza di minerali, vitamine e componenti plastici, ecc... Ma la promozione non si può fermare qui, sono centinaia le fiere e manifestazioni di settore a cui il Consorzio ha preso parte, questo per avere il contatto diretto con il consumatore, con i giornalisti, con i responsabili della distribuzione. Molto si sta operando con l'alta ristorazione e con il catering. Diverse attività sono svolte in sinergia con gli altri Consorzi di Tutela, con gli Enti pubblici, con le associazioni. Vi è poi la parte prettamente pubblicitaria; molte risorse sono state destinate alla comunicazione televisiva e alla pubblicazione di articoli redazionali, interviste e pagine pubblicitarie.

*Qual è la situazione attuale e quali pensa siano le prospettive di mercato, nel medio termine, per la Casatella Trevigiana e per i prodotti dello stesso segmento? Quali ritiene siano i prodotti concorrenti della Casatella?*

Inutile nascondere il fatto che ormai da diversi anni il settore caseario vive una situazione di stasi preoccupante, segnano il passo prodotti generici ma anche

formaggi rinomati e fortemente pubblicizzati. In tale situazione resistono comunque, a mio avviso, quei formaggi freschi che alla tradizione e qualità abbinano la serietà di un marchio commerciale che non improvvisa le proprie scelte economiche.

Nel caso della Casatella Trevigiana DOP le prospettive non possono che essere di crescita, abbiamo appena ottenuto il riconoscimento della DOP in via transitoria a livello nazionale e non appena anche l'UE accoglierà la richiesta, la Casatella Trevigiana entrerà nell'olimpo dei formaggi a denominazione riconosciuta. Tale ingresso spingerà il settore distributivo ad avere necessariamente nella propria gamma di prodotti anche questo formaggio DOP e tutti i segnali di mercato ce lo confermano.

Essendo, poi, la Casatella uno dei pochi formaggi freschi a latte vaccino riconosciuto, la concorrenza sotto il profilo delle referenze dovrebbe essere limitata. Certo è che gli stracchini e i formaggi “mollini” prodotti con latte di incerta origine in diverse parti del nord Italia, non sottostando ai rigidi controlli previsti da una DOP, possono porsi in concorrenza diretta con la Casatella sul piano del prezzo. Sta nella capacità promozionale del Consorzio, oltre che in quella di penetrazione nel mercato da parte dei produttori, evitare o quantomeno ridurre questa problematica.

*Attualmente non tutte le aziende, delle 13 aderenti al Consorzio, producono la Casatella Trevigiana. Quali sono, secondo lei, le cause che impediscono di realizzare il potenziale produttivo disponibile? Ci sono state delle riflessioni in tal senso?*

L'iter di riconoscimento della DOP è stato lungo e difficilissimo e non è ancora concluso. In tale situazione alcuni soci hanno voluto prudenzialmente attendere gli ultimi sviluppi e solo ora, che possono scrivere l'acronimo DOP sulla confezione, stanno lanciando sul mercato questo formaggio, antico ma commercialmente giovane. Alcuni soci, già in possesso di marchi commerciali importanti, hanno bisogno di più tempo per convertire le loro produzioni. Non secondaria è l'estrema rigidità del disciplinare di produzione, fortemente voluta dal Consorzio, al fine di tutelare al massimo produttori e consumatori, ma che necessariamente comporta un periodo di rodaggio per ciò che attiene l'ineliminabile fardello burocratico, i controlli, le autorizzazioni ecc., particolarmente sentiti dalle aziende più piccole.

Il momento è quindi di transizione, ma tutte le aziende associate stanno facendo la loro parte. In ogni incontro con gli associati infatti è sempre prevalsa la volontà e la determinazione di proseguire in tale direzione. E' forte, infatti, la consapevolezza che la Casatella Trevigiana DOP possa garantire, più di ogni altra produzione, la difesa e lo sviluppo di tutti i soggetti della filiera coinvolti, a partire dalle aziende agricole della provincia (elemento vitale per l'economia e la salvaguardia del territorio) per giungere ai numerosi caseifici artigiani, che con il loro lavoro accurato e rispettoso della tradizione, concorrono a creare un formaggio così particolare e ricco di storia.

## INTERVISTA a Bruno Bernardi

DIRETTORE APROLAV



(Bruno Bernardi)

*Pensando al suo ruolo di organizzatore della “forza latte” di Treviso, in qualità di Direttore dell’Associazione Produttori del Veneto, viene spontaneo chiederle quali sono le caratteristiche più significative del latte trevigiano e quali peculiarità ne individuano la differenza rispetto ad altre produzioni.*

Innanzitutto l’omogeneità del territorio, che si riflette nell’alimentazione delle bovine e quindi direttamente nelle caratteristiche peculiari del latte. Il latte Trevigiano, poi, è sottoposto a rigidi controlli di qualità, e, venendo trasformato all’interno del territorio provinciale, non è soggetto a trasporti su lunghe distanze, mantenendo così inalterate le sue caratteristiche di freschezza.

Altro punto di forza del latte trevigiano è la dimensione media degli allevamenti, che consente di non forzare la produzione di latte per bovina; grazie a questa misura riusciamo ad ottenere un latte dalle caratteristiche particolari. E’ quindi la conduzione familiare dell’azienda l’elemento centrale e distintivo, capace di fare la differenza: una conduzione che significa ancora amore per il proprio lavoro, cura per gli animali e molta attenzione per la qualità del prodotto. In questa provincia, inoltre, è molto sviluppata la cooperazione, che, da decenni, fa dipendere il prezzo del latte (e quindi il suo pagamento) dal livello della qualità, operando con premi e penalità molto marcati e stimolando, così, gli allevatori a produrre sempre meglio.

*Quale destinazione d’uso valorizza maggiormente il latte trevigiano, sia in termini di maggior resa qualitativa sia in termini di vantaggio economico? Come si colloca, in questa prospettiva, la Casatella Trevigiana? Rappresenta una destinazione d’uso vantaggiosa in entrambe le direzioni?*

Il maggior vantaggio economico, sia per i trasformatori, sia di riflesso per i produttori di latte, che noi tuteliamo, si ottiene con la trasformazione in loco del latte stesso, creando un filo diretto tra materia prima, prodotto finito e area di produzione.

Un formaggio tradizionale, facilmente identificabile con il suo bacino geografico di produzione e di distribuzione, costruisce con il consumatore locale e con l’estimatore di formaggi un rapporto di “fidelizzazione”, sulla base del quale riesce a spuntare un prezzo maggiore rispetto alla produzione standardizzata ed anonima.

Inoltre, considerando la buona resa ottenuta con la produzione di Casatella Trevigiana, il prezzo di realizzo del prodotto, collocato in una fascia medio alta, possiamo tranquillamente affermare che la Casatella Trevigiana è l’esempio perfetto di una destinazione d’uso vantaggiosa in entrambe le direzioni.

E’ inoltre da ricordare che la produzione di Casatella Trevigiana viene effettuata solamente in provincia di Treviso, con il latte proveniente da questa zona e con i caseifici ubicati in questa terra. La conseguenza positiva è, pertanto, doppia: consiste nell’aumento della richiesta di latte trevigiano, automaticamente valorizzato, e nella ricaduta positiva sui produttori, sul territorio e su tutta la filiera.

Il formaggio ottenuto risulta di alta qualità, è amato dal consumatore e dal turista, che scoprono nella Casatella Trevigiana, capace di evocare la nostra storia e la nostra tradizione, tutto il sapore e la bontà del territorio da cui nasce.

*“Bontà tipica” è uno slogan da più parti coniato per questo formaggio: vuole illustrarci i principali punti di forza della Casatella trevigiana ?*

Questo slogan ha il pregio di riassumere brevemente il valore di questo prodotto e di trasmetterne il messaggio: al termine “bontà” possiamo associare sinonimi come genuinità, sicurezza, controllo, professionalità, gusto..., perché la Casatella trevigiana è, prima di tutto, un ottimo prodotto dal punto di vista organolettico. La parola “tipica” si riferisce a tutto quel legame con il territorio cui accennavamo precedentemente: contrassegna un prodotto che ha la sua origine nella tradizione gastronomica trevigiana e, di riflesso, anche nella vita quotidiana dei contadini del passato. La Casatella Trevigiana, inoltre, crea una filiera importante che dall’allevatore giunge fino al ristoratore, coinvolto nel valorizzarne creativamente l’utilizzo.

*Esistono anche dei punti di criticità che vanno affrontati e sciolti? Quali e con quali interventi?*

La produzione della Casatella Trevigiana è ancora limitata, perché non si è ancora individuato un canale di distribuzione che ne gestisca una più ampia e articolata diffusione. Certamente continuare sul piano della promozione, diretta ed indiretta, è la via migliore per portare a conoscenza del consumatore e dei ristoratori questo prodotto d’eccellenza, tanto versatile in cucina. È il consumatore, poi, che fa il mercato.

*Su quali mercati la Casatella trevigiana è accolta con favore? Può aspirare a diventare un prodotto conosciuto anche a livello nazionale?*

Come Associazione Regionale Produttori Latte del Veneto siamo presenti a numerose fiere e manifestazioni in tutto il territorio nazionale e la Casatella Trevigiana risulta sempre molto amata e ricercata. E’ un prodotto, infatti, che crea molta curiosità, che viene apprezzato dai bambini per la sua dolcezza e la sua consistenza, dagli adulti per la sua freschezza e per il contenuto apporto calorico. Viene consigliato anche agli anziani per la sua leggerezza. Sicuramente il prossimo obiettivo è quello di promuoverne una maggiore affermazione commerciale, per poterla ritrovare in molti canali della distribuzione.

*Il vicepresidente della Giunta regionale Luca Zaia, a proposito della Rassegna dei Formaggi del Grappa e della Montagna Veneta, l’estate scorsa, diceva che “i formaggi tipici sono un fiore all’occhiello del sistema lattiero – caseario veneto”. Lei avverte il bisogno di un progetto complessivo per i prodotti dell’isola trevigiana, all’interno di una più complessiva valorizzazione dei prodotti caseari veneti?*

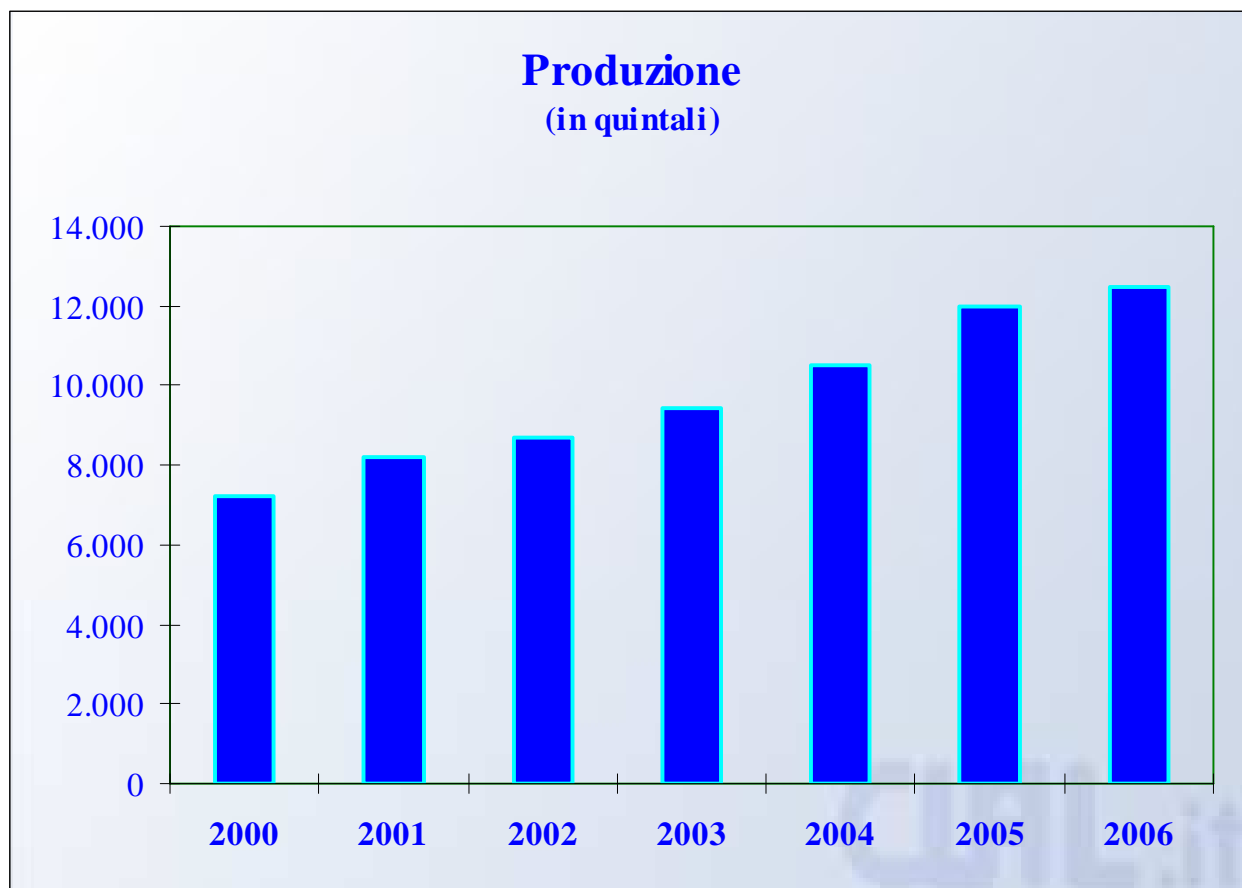


Sicuramente la tutela, la promozione e la valorizzazione dei prodotti lattiero caseari veneti sono azioni non solo necessarie, ma addirittura indispensabili, al fine di fronteggiare fenomeni di contraffazione, sempre più diffusi, proprio a fronte di una notorietà consolidata dei nostri formaggi. In particolar modo bisogna fissare l'attenzione sui piccoli prodotti a carattere provinciale, che, se non supportati da un apposito sistema promozionale, rischiano di scomparire surclassati da quei formaggi prodotti su scala industriale e che godono di enormi investimenti pubblicitari e di bassissimi costi di produzione.

La provincia di Treviso si distingue dalle altre province venete, seconda solo a quella di Belluno, per una particolare ricchezza e varietà di produzioni casearie autoctone. Casatella Trevigiana, Morlacco del Grappa, Neve del Grappa, Formajo Inbriago (per citare solo alcune specialità) rappresentano un patrimonio di storia, gusti, sapori e saperi che non possiamo perdere.

## LA PRODUZIONE DI CASATELLA TREVIGIANA

### LE QUANTITA'



Fonte: Consorzio di Tutela su dati delle imprese trasformatrici  
*\*I dati di produzione riferiti al 2006 sono provvisori*

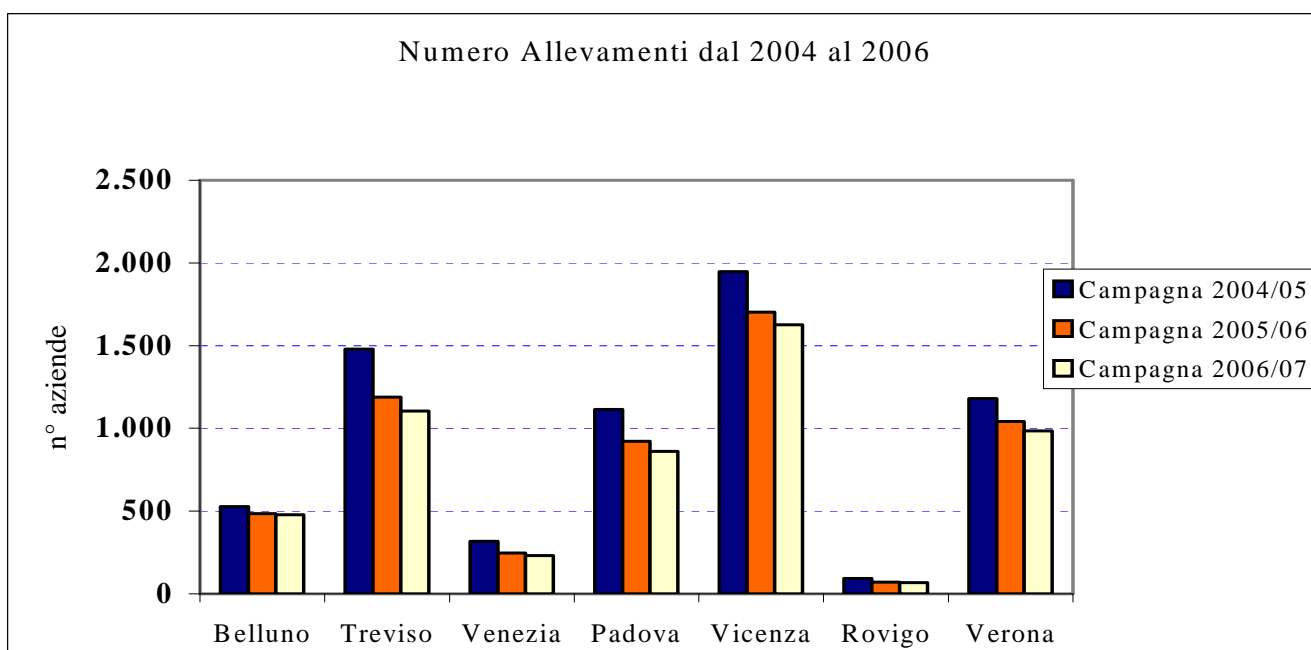
### Caseifici Produttori di Casatella Trevigiana

N° Caseifici provincia di Treviso	35
N° Caseifici Produttori Casatella Trevigiana ( <i>aderenti al Consorzio</i> )	13

## Allevamenti e produzione di latte nella Regione Veneto

	Campagna 2004/05		Campagna 2005/06		Campagna 2006/07	
	N° aziende agricole	Produzione latte (kg)	N° aziende agricole	Produzione latte (kg)	N° aziende agricole	Produzione latte (kg)
Belluno	527	44.749.598	484	45.303.619	477	Campagna tuttora in corso
<b>Treviso</b>	<b>1.478</b>	<b>178.623.524</b>	<b>1.189</b>	<b>178.422.833</b>	<b>1.106</b>	
Venezia	317	65.673.036	247	64.765.623	232	
Padova	1.114	230.544.250	921	232.353.604	860	
Vicenza	1.948	344.168.100	1.703	350.516.734	1.625	
Rovigo	93	25.852.340	71	24.204.784	67	
Verona	1.180	297.581.467	1.042	277.691.790	986	
<b>TOT</b>	<b>6.657</b>	<b>1.187.192.315</b>	<b>5.657</b>	<b>1.173.258.987</b>	<b>5.353</b>	

Fonte: Arolav su dati Agea



Fonte: Arolav su dati Agea

### Osservazioni in margine ai dati

E' facile rilevare il positivo andamento della produzione di Casatella Trevigiana. Tale produzione denota un progressivo incremento nel tempo, anche a fronte di una riduzione del numero degli allevamenti che, in tutto il Veneto, stanno evidenziando un processo di contrazione.

L'espansione della produzione, per ora incentrata su 13 caseifici del trevigiano, potrebbe essere possibile sia convertendo in Casatella produzioni più generiche nelle strutture esistenti, sia con l'entrata di altri caseifici del territorio idonei nella lavorazione di questo prodotto tipico.

Anche le cifre della produzione di latte autorizzano a sottolineare tale potenzialità.

## *I PREZZI*

La Casatella trevigiana non è un prodotto quotato sui mercati all'ingrosso. C'è quindi una contrattazione diretta tra caseifici produttori e strutture di commercializzazione e vendita. In particolare le piattaforme della moderna distribuzione acquistano direttamente dalle aziende lattiero-casearie in funzione dei propri obiettivi commerciali (profondità di gamma, presenza di marchi, prezzo di vendita, ecc..).

La presenza sul mercato di vendita della Casatella trevigiana marchiata è relativamente recente e quindi questo formaggio non è ancora riconosciuto appieno per le sue caratteristiche e qualità da parte dei consumatori.

I dati raccolti presso le aziende trasformatrici socie del Consorzio evidenziano un andamento crescente delle quotazioni della Casatella trevigiana a mano a mano che questa differenzia la propria connotazione dalla più generica "formagea", caratteristico formaggio molle e fresco veneto molto simile allo stracchino.

Risulta quindi difficile dare delle quotazioni all'ingrosso per la Casatella trevigiana, si può comunque rimarcare il fatto che i prezzi all'ingrosso sono passati da valori intorno ai 4,00-4,50 €/kg dei primi anni 2000 agli attuali 5,00-5,50 €/kg.

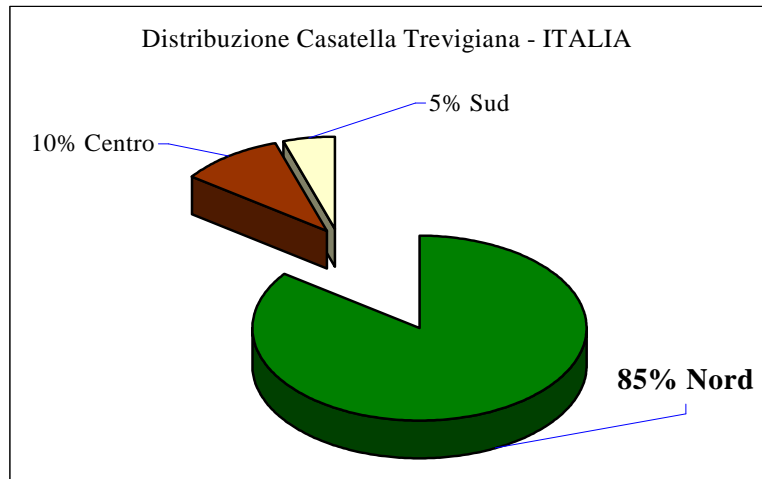
Il pieno riconoscimento della certificazione DOP, anche da parte dell'UE, e il miglioramento della diffusione delle vendite inducono a prevedere un ulteriore aumento delle quotazioni all'ingrosso.

## LA DISTRIBUZIONE DELLA CASATELLA TREVIGIANA

### IN ITALIA

ITALIA	%
<b>Nord</b>	<b>85,00</b>
Centro	10,00
Sud	5,00

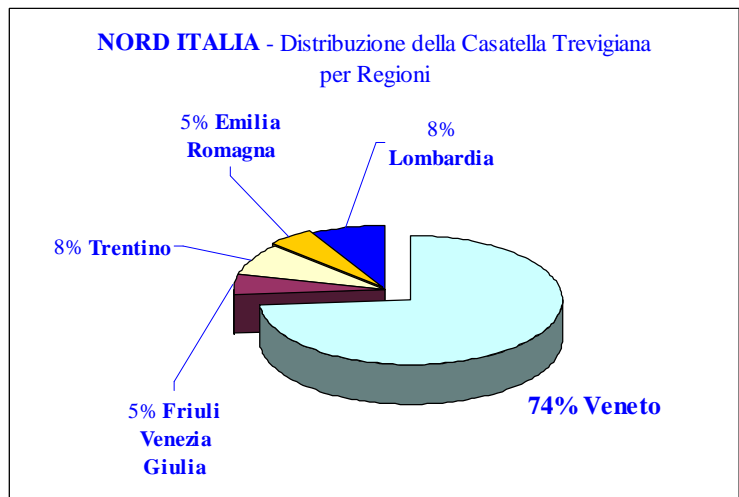
Fonte: Consorzio tutela della Casatella Trevigiana



### NORD ITALIA

Regioni Nord	%
<b>Regione Veneto</b>	<b>74,00</b>
Friuli Venezia Giulia	5,00
Trentino	8,00
Emilia Romagna	5,00
Lombardia	8,00

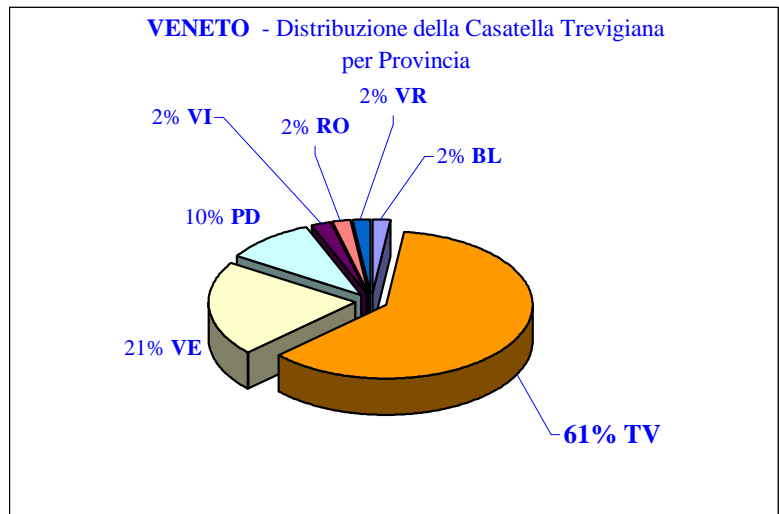
Fonte: Consorzio tutela della Casatella Trevigiana



## IN VENETO

Provincia	%
<b>Treviso</b>	<b>61,00</b>
Venezia	21,00
Padova	10,00
Vicenza	2,00
Rovigo	2,00
Verona	2,00
Belluno	2,00

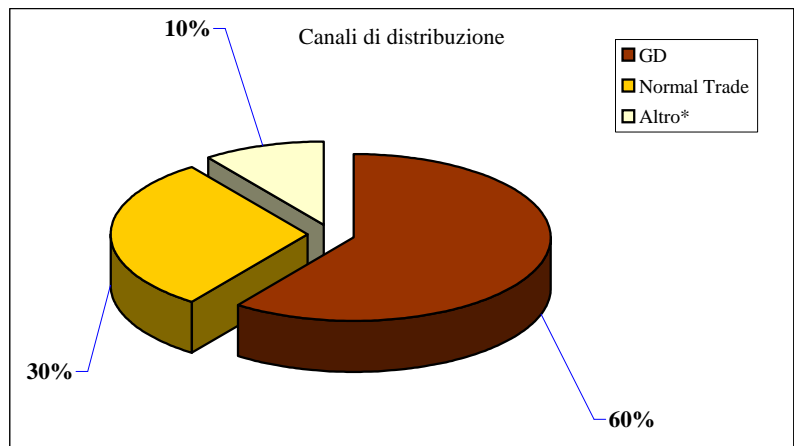
Fonte: Consorzio tutela della Casatella Trevigiana



## Tipo di distribuzione

Tipo di distribuzione	%
<b>GD</b>	<b>60,00</b>
Normal trade	30,00
Altro*	10,00
* piccole gastronomie, ambulanti e manifestazioni	

Fonte: Consorzio tutela della Casatella Trevigiana



## **Osservazioni in margine ai dati**

La distribuzione di questo prodotto è essenzialmente a circuito regionale, con la prevalenza di un mercato provinciale.

Affidata in gran parte alla G.D., conta, però, anche su una rete di diffusione rappresentata da negozi tradizionali; questo avvalorata il radicamento trasversale della Casatella nelle abitudini alimentari del territorio.

## CASATELLA TREVIGIANA: rischio di contraffazione?

Il rischio di contraffazione per la Casatella Trevigiana è ancora molto contenuto data la diffusione per lo più regionale del prodotto.

Può verificarsi, però, un effetto sostituzione, cioè quello di presentare della generica casatella o “formagea” come Casatella Trevigiana. Questi casi possono essere più frequenti nella vendita della Casatella Trevigiana al taglio con le confezioni da 2 kg da banco.

L’incarto originale del Consorzio di Tutela garantisce rispetto alle imitazioni.

*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

Più conosco la realtà dei formaggi tipici veneti, più mi rendo conto che li accomuna un'eccellenza particolare, fatta di semplicità, di sapori ben riconoscibili e non annullati in nome di un gusto "standard", di buone materie prime e di saperi che si tramandano e si potenziano con la tecnologia.

Parallelamente, vado rafforzandomi nella convinzione che questa 'qualità diffusa' sia una **vera e propria risorsa ambientale**, così come lo sono il paesaggio, l'aria pulita e l'acqua, e, in quanto tale, vada difesa e valorizzata, posta al centro di idee nuove, con uno sguardo circolare e complessivo

Se un prodotto tipico, infatti, è già garanzia di una tradizione vincente, che ha sfidato tempo, spazio e mode, più prodotti tipici, insieme, contano di più: costruiscono, come i tasselli di un mosaico, il profilo di un territorio, i segni della sua vocazione produttiva e delle sue conoscenze.

**Perché, allora, non lanciare sul mercato una sorta di Paniere dei Tipici Caseari del Veneto?**

Un Paniere di assaggi e di sapori d'origine protetta, un invito alla conoscenza e al confronto, una sorta di primo passo verso l'educazione del gusto, ma anche un'occasione di collaborazione e di intesa fra aziende, unite nello stesso sforzo di tutela dalle contraffazioni, di supporto, promozione, informazione...e, perché no, anche di commercializzazione.

Se i prodotti si fanno contesto l'uno con l'altro, si danno reciprocamente valore e possono aspirare ad una distribuzione più capillare, capace di lanciarli su nuovi mercati, da conquistare all'insegna di una bontà di altri tempi, resa ripetibile, rinnovabile, non esauribile proprio da un pubblico di consumatori in progressiva espansione.

## GLI ASSOCIATI al Consorzio di Tutela

	<b>Agricansiglio Cooperativa delle Prealpi Trevigiane del Consiglio</b> via Roma, 78/80 - 31010 Fregona (Treviso) tel. 0438.585.324   fax 0438.916.189 - <a href="http://www.agricansiglio.it">http://www.agricansiglio.it</a>
	<b>A.PRO.LA.V.</b> vicolo Mazzini, 2/4 - 31020 Villorba (Treviso) tel. 0422.422.040   fax 0422.422.050 - <a href="http://www.aprolav.it">http://www.aprolav.it</a>
	<b>Caseificio F.lli Bergamin S.p.A.</b> via Molinetto, 76 - 31030 Borso del Grappa (Treviso) tel. 0423.910.222   fax 0423.542.000
	<b>Caseificio F.lli Castellan S.n.c.</b> via Sottotreviso, 45 - 31047 Ponte di Piave (Treviso) tel. e fax 0423.759.981
	<b>Caseificio Gaion Giovanni</b> via Borgo Cattanei, 18 - 31048 San Biagio di Callalta (Treviso) tel. e fax 0422.897.928
	<b>Caseificio Lovagricola S.a.s.</b> via Galli, 35 - 31056 Biancade di Roncade (Treviso) tel. e fax 0422.849.686 - <a href="http://www.lovagricola.it">http://www.lovagricola.it</a>
	<b>Caseificio Tomasoni S.r.l.</b> via Bovon, 3 - 31030 Breda di Piave (Treviso) tel. 0422.686.200   fax 0422.686.201 - <a href="http://www.caseificiotomasoni.it">http://www.caseificiotomasoni.it</a>
	<b>Formai S.r.l.</b> via Postioma, 6 - 31040 Musano di Trevignano (Treviso) tel. 0423.819.571   fax 0423.819.149
	<b>Giaveri Latterie del Piave S.r.l.</b> via S. Davanzo, 9 - 31030 Breda di Piave (Treviso) tel. 0422.686.034   fax 0422.686.044 - <a href="http://www.giaveri.it">http://www.giaveri.it</a>
	<b>Latteria Modolo Dino&amp;C. S.n.c.</b> via Roma, 171 - 31013 Roverbasso Codognè (Treviso) tel. 0438.795.167   fax 0438.794.039
	<b>Latteria Sant'Andrea Società Agricola Cooperativa</b> via Capitello, 66 - 31050 Povegliano (Treviso) tel. 0422.870.123   fax 0422.871.798 - <a href="http://www.lattsantandrea.com">http://www.lattsantandrea.com</a>
	<b>Latteria di Soligo Società Agricola Cooperativa</b> via Primo Settembre, 32 - 31010 Farra di Soligo (Treviso) tel. 0438.985.111   fax 0438.980.322 - <a href="http://www.latteriasoligo.it">http://www.latteriasoligo.it</a>
	<b>Latterie Trevigiane S.p.a.</b> via Bassanese, 2 - 31050 Vedelago (Treviso) tel. 0423.7023   fax 0423.401.019 - <a href="http://www.latterietrevigiane.it">http://www.latterietrevigiane.it</a>
	<b>Toniolo Casearia S.p.a.</b> via Molinetto, 47 - 31030 Borso del Grappa (Treviso) tel. 0423.910.266   fax 0423.910.063 - <a href="http://www.toniolo.it">http://www.toniolo.it</a>

## LINK UTILI

<a href="http://www.casatella.it/">www.casatella.it/</a>	sito internet del Consorzio della Casatella Trevigiana
<a href="http://www2.regione.veneto.it/videoinf/rurale/prodotti/casatella.htm">www2.regione.veneto.it/videoinf/rurale/prodotti/casatella.htm</a>	pagine web dedicate alla Casatella Trevigiana sul sito della Regione Veneto
<a href="http://www.regione.veneto.it/.../DOP+e+IGP/Prodotti+in+via+di+riconoscimento/casatella_tv.htm">www.regione.veneto.it/.../DOP+e+IGP/Prodotti+in+via+di+riconoscimento/casatella_tv.htm</a>	presentazione della Casatella Trevigiana sulle pagine dei prodotti a DOP nel sito della Regione Veneto
<a href="http://www.agricansiglio.it/casatella.asp">www.agricansiglio.it/casatella.asp</a>	pagine della cooperativa Agricansiglio sulla Casatella T.
<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

Questo rapporto è edito da Veneto Agricoltura con il contributo della Regione Veneto - **Piano di sviluppo rurale del Veneto.**

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

**La redazione del testo è stata chiusa a gennaio 2007.**

Il rapporto è stato realizzato da un **Gruppo di lavoro** costituito da:

 Azienda Regionale per i settori Agricolo, Forestale e Agro-Alimentare	Luigino Disegna, Alessandro Censori, Gabriele Zampieri, Giuseppe Rela, Emanuele Vicentini
	Angelo Rossi, Zena Roncada, Alessandra Bignardi, Alessandro Duca
 geko s.r.l.	Andrea Calvo, Elisa Squizzato

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  
Isabella Lavezzo (Veneto Agricoltura)

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**



Mis 14B Piano di  
Sviluppo Rurale della  
Regione Veneto  
Reg. (CE) n. 1257/99