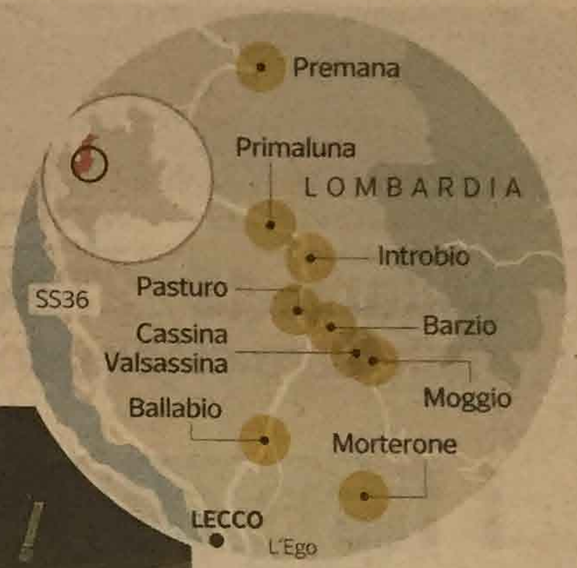
Prodotti caseari e tradizioni locali La Valsassina vuole il suo marchio

Dieci paesi del Lecchese e il progetto «La valle dei formaggi»: brand territoriale



LECCO Valorizzare e promuovere la filiera casearia di montagna, in connessione con l'ambiente naturale. Non un singolo prodotto Doc, ma un vero e proprio *brand* che caratterizzi il territorio, affondando le proprie radici in una tradizione centenaria che ha saputo mantenere intatto tutto il suo fascino. Un marchio di qualità che vuole favorire lo sviluppo delle aziende agricole locali, tramandando un patrimonio di identità culturale. Senza dimenticare l'aspetto turistico che nelle prime settimane del festival ha saputo richiamare migliaia di visitatori.

L'obiettivo del progetto «Valsassina: la valle dei formaggi», è ambizioso, ma supportato da enti e istituzioni.

L'idea
«Una transumanza interna sulle tracce di un passato ancora molto presente»

La comunità montana, le amministrazioni di dieci paesi, da Cremeno a Ballabio, da Barzio a Premana, passando da Introbio, Moggio, Morterone, Cassina, Primaluna, Pasturo, le aziende casearie, insieme per chiedere che i prodotti e prima ancora la loro filiera si trasformino in un marchio territoriale in grado di caratterizzare le vallata sopra Lecco dominata dalla Grigna e da decine di alpeggi e rifugi. Strachitunt, taleggio, robiole e caprini, oltre al grasso d'alpe, in Valtellina conosciuto come bitto, hanno fatto la storia della valle e del suo sviluppo industriale, con la nascita di importanti realtà imprenditoriali come Locatelli, Galbani, Invernizzi, Cademartori. «La Valsassina rappresenta un territorio con una densità senza pari di tradizioni che si intrecciano con l'evoluzione del caseificio moderno. Tra il 1880 e il 1930 il 14% del formaggio italiano nasceva o transitava dalla valle», spiegano Giacomo Camozzini, patron del progetto, e Antonella Invernizzi, sindaco di Morterone, assessore all'Agricoltura della Comunità montana Valsassina Valvarrone Val d'Esino e Riviera e presidente del centro zootecnico.

Accanto alla registrazione del marchio e alla pubblicazione di un volume, il festival, che dopo il primo assaggio lo scorso anno, in questa seconda edizione che si è aperta in primavera e chiuderà in autunno inoltrato, propone decine di appuntamenti impreziositi dal riconoscimento Slow Food. Il concetto è chiaro: un ritorno alle origini per conoscere e assaggiare la magia del latte in un mondo fatto di gesti antichi nei caseifici del fondovalle, negli alpeggi in quota, negli agriturismi e perfino nelle miniere di Cortabbio. Le degustazioni si alternano ai laboratori didattici perché la produzione del formaggio si trasformi in uno spettacolo da apprezzare e preservare. «La proposta è quella di una sorta di transumanza interna alla valle. Sulle tracce di un passato che da noi continua ad essere presente e consente a chi lo vuole di diventare alpigiano per un giorno», conclude Invernizzi.

Tra gli eventi la mostra aperta fino al 30 settembre nel centro storico di Pasturo: gigantografie di foto storiche delle attività agricole accompagnano i visitatori indietro del tempo. Ci sono poi le visite alle grotte di stagionatura, la prossima è in programma venerdì 24 agosto a Introbio. Le salite agli alpeggi, Ariale, Barconcelli, Varrone, Vesina, tra le vie del ferro e del bitto, dove la giornata è scandita dai ritmi della natura e da gesti antichi. Le escursioni guidate a casere e rifugi della Valbiandino, e a chiudere in novembre la mostra della capra orobica.

Barbara Gerosa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Degustazioni I prodotti caseari rappresentano la principale attività economica della Valsassina che fino agli anni Trenta del secolo scorso produceva il 14% del formaggio italiano

La parola

VALSASSINA

È una valle in provincia di Lecco racchiusa tra il gruppo delle Grigne e le Alpi Orobie, collegata al ramo lecchese del lago di Como grazie agli sbocchi di Lecco e Bellano. Il principale centro abitato della Valsassina è Ballabio, comune di poco più di 4.000 abitanti. L'intera popolazione della valle conta circa 17.500 abitanti.