

Il Provolone Valpadana è un formaggio a denominazione di origine protetta che si propone al consumatore in modo nuovo e coinvolgente. Merito di alcuni progetti indovinati ideati dal Consorzio di tutela, ma soprattutto del prodotto in sé, che presenta caratteri adatti a un consumo svelto e giovane



Modernissimo per il consumatore

Incontrarlo al giorno d'oggi non è difficile. Nei supermercati ma anche nei punti di ristoro di Autogrill, nelle gastronomie d'alto lignaggio come in svariati siti Internet collegati alle iniziative promosse dall'attivissimo Consorzio di tutela per evidenziare la duttilità di questo prodotto e le sue interessanti caratteristiche. Stiamo parlando del Provolone Valpadana, formaggio a denominazione di origine protetta (dop) – il massimo livello di protezione delle denominazioni attribuito dall'Unione Europea – ben presente sulle tavole del nostro continente ma anche oltreoceano, negli Stati Uniti in particolare, grazie ai tanti italiani emigrati, ai quali va il merito di far conoscere questa e molte altre meraviglie gastronomiche del made in Italy. Sono infatti innumerevoli gli aspetti che rendono questo formaggio utilizzabile nel nome della tradizione quale ingrediente di piatti della cultura gastronomica italiana. Ma sono anche numerosi gli usi che rendono il Provolone Valpadana rispondente alle esigenze della vita moderna, quindi adatto a un consumatore giovane, e alimento ideale per un utilizzo facile e svelto, in linea con i programmi di alimentazione suggeriti dalla vita di oggi.

EUGENIA MAZZALI

FOTO DI F. ZANETTI/PHOS



NEL NOME DELL'ITALIA UNITA

È un fatto ormai risaputo: il Provolone Valpadana non è nato nell'opulenta valle del Po, di cui porta orgogliosamente il nome, ma nel nostro Meridione; tuttavia è proprio la sua denominazione a evidenziare una delle più interessanti operazioni economiche espresse nella seconda metà del XIX secolo dal neonato Regno d'Italia. Sì, perché è proprio con l'unificazione del nostro Paese che inizia l'avventura di intraprendenti imprenditori del Sud, decisi a continuare la produzione delle loro provole là dove il latte abbondava e l'arte casearia era al top, ovvero nella Pianura Padana.

Già nella notte dei tempi i pastori del Sud della Penisola producevano formaggi a pasta filata – mozzarella, caciocavallo, provole o *provature* – seguendo una tecnica di produzione che consiste anche oggi nello scaldare il latte e produrre una cagliata che poi viene posta in trazione e «filata», ovvero lavorata in modo da assumere una struttura a fili, operazione effettuata per millenni a mano. Ma nel territorio di origine, per la scarsità del latte e per il facile deterioramento cui andavano incontro la materia prima e i caci derivati a causa del clima caldo, il formaggio a pasta filata poteva essere prodotto in ridotte quantità e solo in piccole dimensioni. Fu per questo che nella seconda metà dell'Ottocento e nei primi decenni del secolo scorso alcuni casari del Sud, soprattutto lucani e campani, emigrarono al Nord stabilendosi nella Valle Padana, in particolare nelle province di Cremona, Piacenza e Brescia.

Pare che i primi a produrre paste filate al Nord siano stati i componenti della famiglia Margotta, originaria della Basilicata, che nel 1870 si insediarono nel Bresciano: avevano bisogno di una maggiore disponibilità di latte per far fronte alle richieste dei loro formaggi e qui trovarono abbondanza di materia prima e un clima più favorevole. Questi aspetti nuovi, propri della terra padana, permisero di ottenere anche forme più grandi e tali da potere invecchiare senza per forza indurire. Altri imprenditori che si trasferirono e insediarono al Nord in quegli anni furono gli Aurichio, provenienti da San Giuseppe Vesuviano, vicino a Napoli, che iniziarono allora a produrre i loro esclusivi provoloni nel Cremonese.

DAL CUORE DELLA PIANURA PADANA

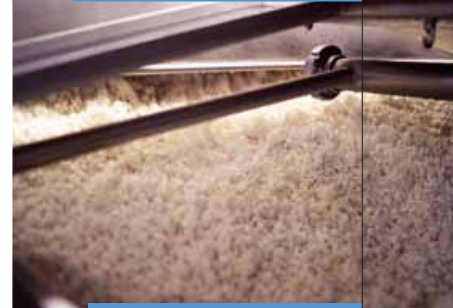
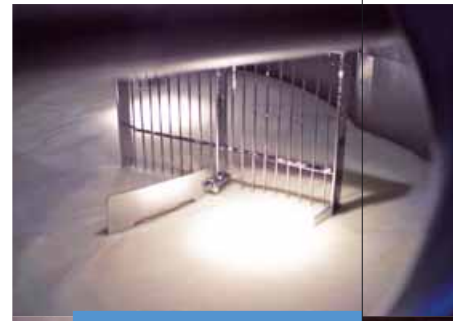
Oggi tra le province di Piacenza, Cremona, Brescia, Bergamo, Lodi, Mantova, Verona, Vicenza, Rovigo, Padova, compresa una parte del Trentino, ovvero in quella fetta di Pianura Padana in cui cade la zona di riferimento della denominazione di origine protetta, si producono 100.000 quintali di Provo-

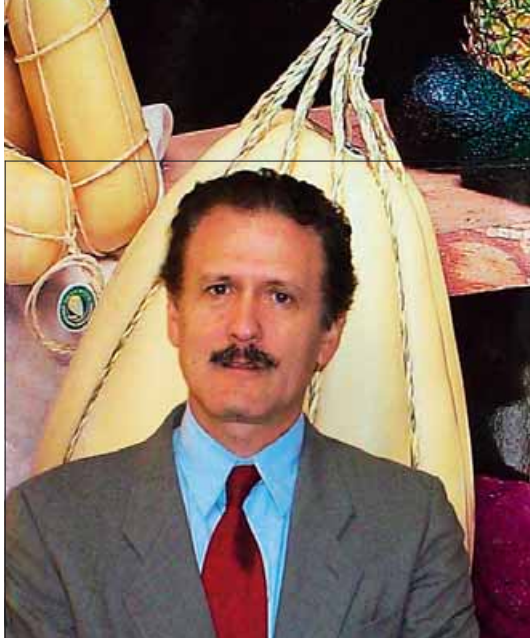
lone Valpadana, corrispondenti a un fatturato di 40 milioni di euro. Le tipologie nelle quali il prodotto si esprime sono moltissime e rispondono a innumerevoli esigenze di un mercato che è italiano, soprattutto del Sud, ma anche straniero, e di un consumatore che cerca il sapore tradizionale ma anche proposte di consumo giovani e veloci.

Ma vediamo il sistema di produzione che si è affermato ed è stato codificato dal disciplinare che stabilisce i termini di ogni operazione tecnica. Il punto di partenza è il latte di bovine allevate e alimentate secondo criteri ben definiti e calibrati; una volta riscaldato, al latte vengono aggiunti «sieroinnesto», che è siero della lavorazione del giorno prima che nelle ore si è arricchito di fermenti, e caglio, che è un coagulante naturale, usato da sempre per la produzione del formaggio e che per il provolone può provenire da vitelli, agnelli o capretti.

La cagliata viene poi fatta maturare e la pasta ottenuta viene «filata», oggi anche a macchina, ma sotto il costante controllo dei casari. Quindi vengono modellate le forme, che vanno chiuse evitando la minima presenza di bolle o di liquido e in modo che la superficie esterna si presenti liscia e uniforme. Segue la salatura e le forme, una volta uscite dalla salamoia, sono lavate e legate con apposite corde, quindi poste nei locali per la stagionatura.

Il latte si trasforma in cagliata (in alto) e la pasta che ne risulta viene rivoltata e sottoposta a «filatura» (qui sopra). Sotto: le forme vengono poste in salamoia per la salatura





Libero Stradiotti, presidente del Consorzio di tutela

POLIMORFISMO PRODUTTIVO

La stagionatura del Provolone Valpadana può durare da 10 giorni a oltre un anno. Il risultato? Provoloni di molteplici forme dalle linee arrotondate e morbide e di svariate dimensioni e diversi sapori, il tutto accompagnato da nomi suggestivi: provole, salami, pancette, giganti, gigantini, pancettoni, mandarini. Vi sono infatti provoloni a forma sferica, a pera, cilindrici e con pesi che vanno dai pochi etti agli oltre 100 chili raggiunti di solito dai pancettoni e dal formaggio che viene stagionato più a lungo. Le forme più diffuse sono comunque a salame o a mandarino, con insenature incise dal passaggio delle corde utilizzate per appendere i formaggi a stagionare. Quindi il sapore: dolce oppure piccante. Il Provolone Valpadana può essere l'uno e l'altro e la scelta viene fatta a monte perché diverse sono le tecniche produttive. Il primo elemento a fare la differenza è il modo in cui il latte viene lavorato: per ottenere la versione dolce si usa infatti caglio di vitello, mentre per quello piccante occorre caglio di



Dopo la salatura (*in alto*) le forme sono sottoposte a formatura, dove la mano dell'uomo è indispensabile, quindi a raffreddamento in acqua gelida. Infine (*qui sopra*) le forme giungono in magazzino per la stagionatura

agnello o di capretto. Per il formaggio dolce si fanno forme relativamente piccole; quelle più grandi diventano di solito provolone piccante. Il resto lo fa la stagionatura. Nel primo caso è breve: pochi giorni o qualche settimana; nel secondo lunga anche un anno o più.

UNA COMUNICAZIONE NON TRADIZIONALE

Si tratta dunque di un formaggio semplice per il suo carattere specifico e le possibilità di consumo, ma complesso da promuovere, per i suoi vari aspetti così sorprendentemente variabili. Perciò il Consorzio di tutela non ricorre a costose campagne pubblicitarie, come avviene per moltissimi altri prodotti dell'agroalimentare made in Italy, ma affida la visibilità del Provolone Valpadana dop al suo stesso marchio, ideando campagne promozionali che spaziano in ambiti non tradizionali, come la scuola, il settore medico o degli appassionati di film, ma che coinvolge anche chi viaggia in auto e chi naviga in Internet.

«I bambini e i giovani sono il mercato del futuro e autorevoli nell'influenzare gli acquisti» dichiara il presidente del Consorzio di tutela del Provolone Valpadana dop Libero Stradiotti. «Per questo da anni progettiamo campagne di promozione che utilizzano il nostro personaggio animato, Mister Cheese, che i bambini stanno imparando a conoscere come protagonista di giochi ideati per educare a una sana alimentazione e far apprezzare le produzioni tradizionali, utilizzando anche Internet. Inoltre Mister Cheese ha ac-

compagnato la nostra campagna nelle scuole elementari e medie, sia italiane che di Francia e Belgio, chiamata "Mister Cheese in tour", promossa per illustrare i principi del nutrirsi sano e

CONSORZIO DI TUTELA E ZONA DI PRODUZIONE



Il **Consorzio tutela Provolone Valpadana** dop è stato costituito nel 1975 su iniziativa di produttori che si posero l'obiettivo di creare una struttura che potesse promuovere interventi per migliorare la produzione, incrementare le attività di ricerca e sviluppo, attuare strategie di valorizzazione del formaggio sul mercato interno e internazionale e fornire un supporto concreto alla formazione.

E al Consorzio spetta anche il merito del riconoscimento della **denominazione di origine protetta** (dop), nel giugno del 1996. Questo è il marchio riservato ai prodotti alimentari fortemente legati ai luoghi di provenienza, la cui tecnica di produzione si attiene ai sistemi tradizionali.

La **zona di produzione** del Provolone Valpadana dop comprende le province di Cremona, Brescia, Piacenza, Verona, Vicenza, Rovigo, Padova e, parzialmente, le province di Lodi, Mantova, Bergamo e Trento.

Per informazioni: Consorzio tutela Provolone Valpadana - Piazza Marconi, 3 - 26100 Cremona - Tel. 0372.30598 - Fax 0372.457078 - segreteria@provolonevalpadana.it - www.provolonevalpadana.it



MISTER CHEESE E LE CARTE MAGICHE

Il Consorzio Tutela Provolone Valpadana dop ha avviato da anni un programma di educazione alimentare per formare, soprattutto tra i più giovani, una sana e corretta cultura dell'alimentazione e delle tradizioni alimentari italiane, anche e soprattutto attraverso la scuola. A questo proposito il Consorzio ha ideato un personaggio che anima le diverse iniziative: collegandosi al sito www.mistercheese.it è possibile partecipare a quelle in atto, che prevedono, tra l'altro, percorsi didattici legati all'alimentazione, ai prodotti lattiero-caseari e alla produzione del Provolone Valpadano dop.

Tra queste ricordiamo l'ultimo progetto, che partirà nel mese di ottobre ed è denominato «Mister Cheese e le carte magiche», che si inserisce nel quadro dei piani di offerta formativa contemplati dalle scuole, proponendo a studenti e insegnanti progetti legati all'educazione alimentare e spunti per attività di informatica.



Il Provolone Valpadana può avere diverse forme, tutte dalle linee arrotondate e morbide



le modalità di produzione del Provolone Valpadana». «Quest'anno proseguiamo con «Mister Cheese e le carte magiche» – spiega invece Vittorio Emanuele Pisani, direttore del Consorzio – gioco che si collega sempre alle scuole e all'uso della Rete. Inoltre, per conoscere le iniziative legate al simpatico personaggio, si può sempre visitare il sito www.mistercheese.it».

Originale è anche la collaborazione che il Consorzio del Provolone Valpadana ha messo a punto con Future Film Festival di Bologna, col quale ha progettato una sezione, la «Provolone Valpadana short film competition», che realizza iniziative per la produzione di cortometraggi e mette in palio premi per chi attraverso Internet vota i film preferiti (www.valpadanashorts.com). Tra le altre campagne tese a mantenere vivo il rapporto con i giovani, una in particolare riguarda un progetto collegato alle radio pri-

vate per far realizzare e poi premiare uno spot specifico per il mezzo radiofonico, che abbia come tema la percezione del Provolone Valpadana nell'ambito del mondo giovanile.

IN VIAGGIO CON GLI AUTOGRILL...

Importante anche la campagna promozionale realizzata con Autogrill che in questi mesi, e fino a marzo 2008, permette di trovare Provolone Valpadana dop in un paio di panini proposti nei punti di ristoro degli oltre 470 Autogrill presenti sulla rete autostradale italiana. I panini sono «Granprovolo» e «Valpadano», che fanno sì che l'importante catena di ristorazione solo nel 2007 utilizzi 100.000 chili di Provolone Valpadana dop. Inoltre, per quattro mesi, da ottobre a gennaio 2008, il formaggio sarà promosso anche dalla filiale francese della società di ristorazione, assieme a Gorgonzola, Grana Padano e Taleggio.

E sempre nell'ottica di trovare canali non tradizionali per proporre un formaggio che è sì tradizionale ma anche modernissimo, duttile e tutto da scoprire, ecco in programma una collaborazione con McDonald's, che potrebbe utilizzare il Provolone Valpadana sia come ingrediente di qualche panino o piatto veloce che come protagonista in un piatto unico.

...E IN VOLO SUL MONDO

Moderno dicevamo, ma tradizionale, molto tradizionale dobbiamo ammetterlo, e questo è uno degli aspetti essenziali per cui nel 1996 l'Unione Europa ha assegnato la denominazione di origine protetta al Provolone Valpadana, ma anche il motivo che fa sì che questo formaggio voli in tanti Paesi del mondo, specialmente dove vivono famiglie emigrate dall'Italia spesso meridionali che non possono fare a meno di questo prodotto che ha il sapore della loro terra d'origine. Così il formaggio del Sud fatto al Nord, nel nome di un'Italia economicamente vivace e unita da un secolo e mezzo, lo troviamo in Francia, Germania, Spagna, Svizzera, Belgio, ma anche naturalmente negli Usa dove si consuma un terzo di tutto il Provolone che esce dai nostri confini, e in buona quantità per gli stessi motivi anche in Canada e in Australia. E l'export, che rappresenta il 5% di tutta la produzione, in questo modo fa sognare l'Italia a chi è lontano, anche attraverso il palato.

Eugenia Mazzali