

# INFORMAZIONE SOCIAL PER LA MONTAGNA IL PROGETTO CHEESEALP

**Tamburini A., Bonizzi S., Zucali M.**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE E AMBIENTALI  
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO - Milano

## Riassunto

Il progetto "CHEESEALP-Innovazione per la zootecnia da latte e la caseificazione in montagna" ha come obiettivo quello di mostrare proposte di innovazione per le imprese agricole in territorio montano. Grazie al finanziamento di GAL Vallebrembana 2020 ed al supporto tecnico dell'Associazione Regionale Allevatori della Lombardia, è stata svolta un'azione informativa e dimostrativa sulle problematiche agro-zootecniche e casearie caratteristiche per la montagna, cercando di diffondere buone pratiche e tecnologie innovative. Attraverso alcuni canali web (Sito internet, Facebook, Instagram e YouTube), sono state divulgate informazioni inerenti al panorama zootecnico montano in Italia, alle problematiche della produzione di foraggi, di latte e di formaggi in montagna, e sono stati presentati eventi, corsi, webinar ed altre iniziative proposte da diverse realtà sul territorio regionale e nazionale. Un totale di 653 "followers" (464 Instagram e 189 Facebook) ha seguito il progetto ed i suoi 323 post pubblicati. Sono state prodotte 23 videointerviste (nel complesso con più di 2.000 visualizzazioni, a settembre 2022) per dare voce agli allevatori, ai casari e ai ricercatori, rendendoli un possibile esempio attraverso i racconti dei loro problemi, le strategie per risolverli e le tecniche utilizzate nelle diverse realtà di montagna.

## Abstract

**Social information for Italian Mountains. The Cheesealp project** - The project "CHEESEALP-Innovation for dairy farming and dairy production in mountains" aims to show innovation proposals for farms located in mountain areas. Thanks to the funding of "GAL Vallebrembana 2020" and the technical support of the "Regional Association of Breeders of Lombardy (ARAL)", an "information" and "demonstration" activity on agro-livestock and dairy issues characteristic for the mountain was carried out. The aim is to disseminate good practices and innovative technologies. Through several social channels (Web site, Facebook, Instagram and YouTube), were disclosed information about the mountain livestock landscape in Italy, the problems of the production of fodder, milk and cheese in the mountains, and were presented events, courses, webinars and other initiatives proposed by different realities on the regional and national territory. About 653 followers (464 Instagram and 189 Facebook) monitored the project and its 323 posts published. Moreover 23 video interviews were produced (overall with more than 2000 views in September 2022) to give voice to farmers, cheesemakers and researchers, making them a possible example through the stories of their management problems, strategies to solve them and the techniques used in the different mountain realities.

## Introduzione

La zootecnia di montagna viene spesso trascurata, malgrado abbia diverse e importanti funzioni dirette ed indirette. Con la crisi zootecnica e l'abbandono della montagna, il pascolo ha visto sminuire l'originale rilevanza produttiva, ma si è parallelamente accresciuta la consapevolezza del suo ruolo rispetto alla salvaguardia della biodiversità vegetale e animale, alla protezione dei

versanti dall'erosione e dagli incendi, all'esaltazione del valore estetico del paesaggio, alla fruibilità turistica del territorio e, non ultimo, alla conservazione di un'identità storico-culturale delle comunità locali (Gusmeroli, 2004). Il pascolo è di interesse per gli allevatori perché offre l'accesso a sussidi speciali per i *servizi ecosistemici*, come il mantenimento della biodiversità e alla conservazione del paesaggio nelle aree montane (Penati et al., 2011).

Dal punto di vista sociale e culturale i territori di montagna mantengono, anche se a fatica, un importante tessuto economico per le popolazioni che ci abitano, con specifiche tradizioni e storie legate anche alle particolarità alimentari ed enogastronomiche che le caratterizzano, che altrimenti sarebbero perdute (Tamburini et al., 2019). Gli allevatori, inoltre, ottengono valore aggiunto al proprio prodotto grazie al latte prodotto durante il pascolo in alta quota (Penati et al., 2011).

Agli inizi del secolo scorso la volontà di migliorare la situazione degli alpeggi dell'arco alpino si concretizzò in una serie di utili e valide iniziative. Il semplice buon senso portò ad effettuare ricognizioni sullo stato delle malghe, ad individuare le problematiche più importanti e a cercare delle soluzioni. I tecnici dell'epoca attuarono alcune misure di incentivazione, come premi per la miglior gestione dell'alpeggio, e di formazione, come opuscoli o decaloghi studiati per comunicare i contenuti essenziali. Dalla lettura di questi documenti emerge molto chiaramente l'importanza che i tecnici davano alla comunicazione (Pasut, 2010).

Proprio in quest'ottica si è inserito il progetto "*CHEESEALP-Innovazione per la zootecnia da latte e la caseificazione in montagna*" il cui scopo è stato quello di mostrare proposte di innovazione per le imprese agricole e per il territorio montano. Infatti, nonostante la disponibilità di conoscenza e di strumenti utilizzabili da parte dell'allevatore-trasformatore in montagna, manca una specifica azione informativa e dimostrativa sulle problematiche agro-zootecniche e casearie caratteristiche per la montagna, che raggiunga le aziende del territorio e permetta di individuare opportuni interventi da mettere in pratica per il miglioramento di situazioni subottimali o non corrette. Questo progetto ha come obiettivo l'avvicinamento del know-how esistente agli allevatori e ai tecnici di settore, mostrando proposte di innovazione per le imprese agricole in territorio montano

## **Materiale e metodi**

Le attività del progetto si sono svolte nel corso di 18 mesi, da marzo 2021 a settembre 2022. CHEESEALP è stato finanziato dal gruppo di azione locale GAL Valle Brembana 2020 nell'ambito dell'Operazione 1.2.01 "Progetti dimostrativi e azioni di informazione" del PSR Regione Lombardia.

L'Operazione 1.2.01 promuove il trasferimento di conoscenze e l'innovazione nel settore agricolo mediante la realizzazione di progetti di informazione (eventi divulgativi, convegni, seminari, mostre, modalità di comunicazione innovative ecc.) e di iniziative dimostrative anche in campo, visite guidate, pubblicazioni tematiche e/o specialistiche non periodiche, diffuse tramite stampa o media elettronici ecc. All'interno del gruppo di lavoro, coordinato dal Dipartimento di Scienze Agrarie e Ambientali dell'Università degli Studi di Milano, importante è stato anche il supporto tecnico dell'Associazione Regionale Allevatori della Lombardia (ARAL).

Progetto CHEESEALP nasce come destinato principalmente agli allevatori siti in Valle Brembana (Bergamo). Grazie però all'ampia varietà di argomenti trattati, incentrati su tema cardine della montagna senza limitazioni geografiche, può essere un'importante e preziosa opportunità per mostrare proposte di innovazione per le imprese agricole e per tutto il territorio montano. Infatti il progetto, pur mantenendo un'attenzione particolare sulla situazione delle valli montane Lombarde e della provincia di Bergamo, si è riferito all'intero panorama nazionale senza limitazioni.

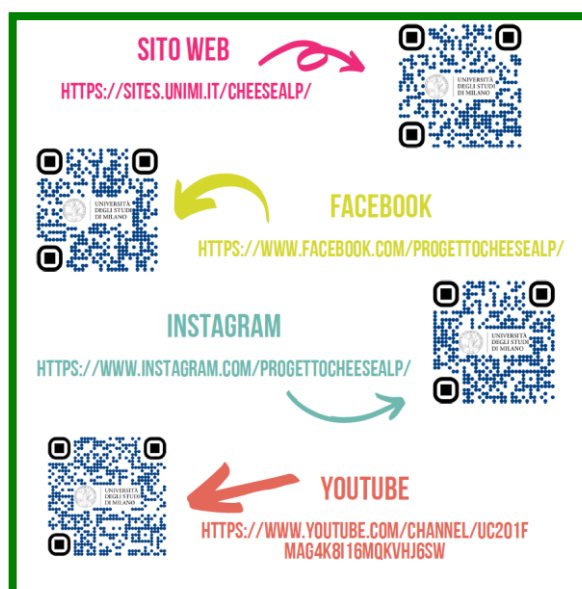


**Figura 1** – Schema descrittivo della struttura del progetto e dei partner

Le fasi d'azione previste nel progetto sono state due: il sotto-progetto "Informazione" e il sotto-progetto "Dimostrazione" (Figura 1).

Il sotto-progetto *Informazione* aveva lo scopo di colmare eventuali carenze di conoscenze relative alle problematiche agro-zootecniche e casearie caratteristiche per la montagna. Questa fase era finalizzata al consolidamento e all'approfondimento delle conoscenze degli operatori del settore, mostrando alcune conoscenze attuali e le informazioni in maniera efficace, partecipata e immediata, in modo tale che le indicazioni possano essere comprese fino in fondo e possano attecchire, consentendo un miglioramento reale del sistema e della sostenibilità economica e ambientale delle aziende.

Per conseguire questo obiettivo sono stati creati canali social dedicati (un sito web, Facebook, Instagram e YouTube, di cui è possibile recuperare il link con i QRcode dedicati in Figura 2) tramite i quali è stato possibile veicolare notizie inerenti le tematiche al panorama zootecnico montano in Italia. In particolare sono state pubblicizzate notizie incentrate sulle problematiche della produzione di foraggi, di latte e di formaggi in montagna, e sono stati presentati eventi, corsi, webinar ed altre iniziative proposte da Unimi e dalle diverse realtà sul territorio regionale e nazionale (pubblicazioni, seminari, dépliant e comunicati stampa di altri progetti con finalità interessanti e compatibili con quelle del progetto CHEESEALP).

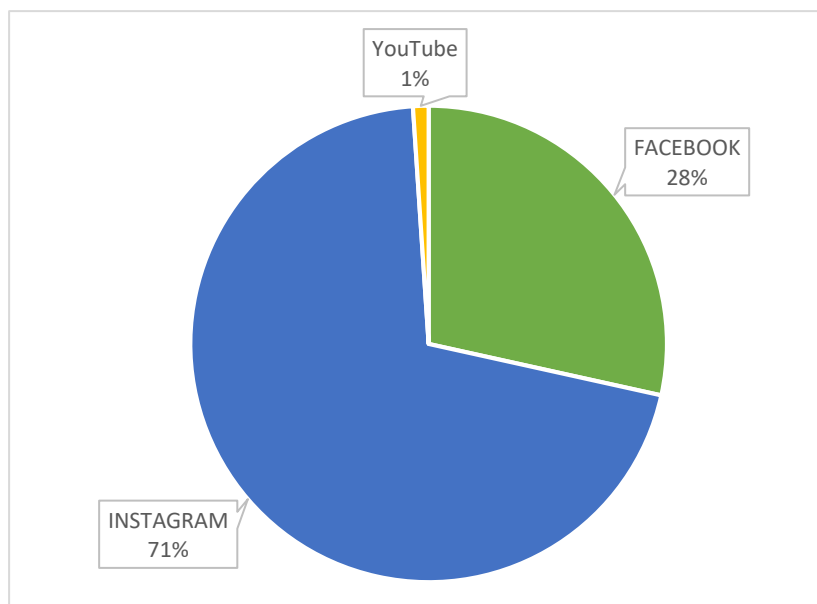


**Figura 2** – Indicazioni per accedere ai canali social di progetto

Il sotto-progetto *Dimostrazione* ha lo scopo di mostrare ai partecipanti, direttamente in campo o in aziende che si rendono disponibili, alcune buone pratiche o tecnologie specifiche relative alle tematiche principali affrontate.

## Risultati e discussione

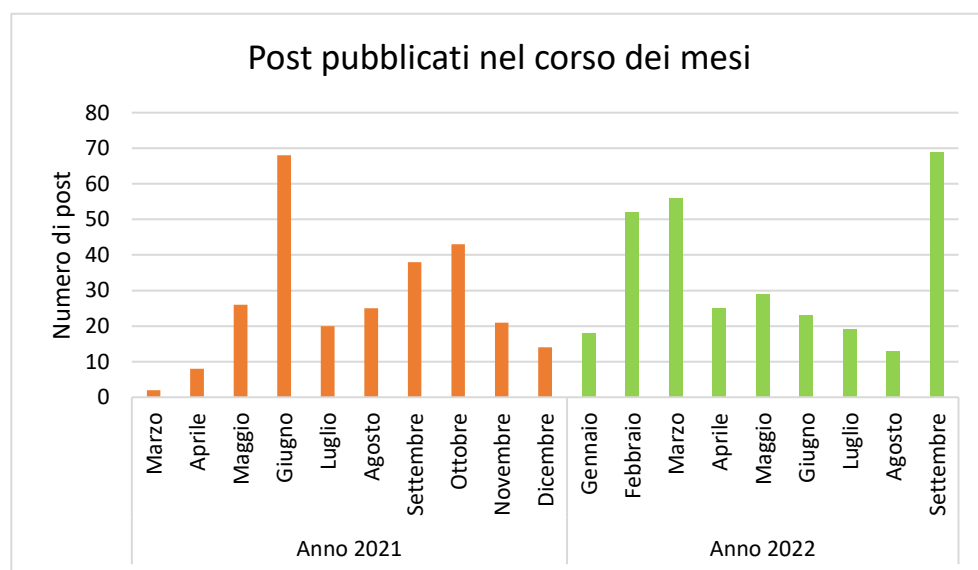
Il progetto è stato seguito da un totale di 653 seguaci, detti “*followers*” (dato riferito a settembre 2022) anche se la fruibilità dei diversi contenuti verrà garantita per un tempo adeguato. I diversi canali hanno mostrato un target di persone interessate differente e per questo è stato deciso di veicolare molte delle informazioni e delle notizie su quasi tutti i social contemporaneamente. Come mostrato in Figura 3, i *followers* che seguivano il progetto si distribuivano per il 28% su Facebook, per il 71% su Instagram e solo per l'1% direttamente dal canale YouTube, utilizzato principalmente per mostrare le videointerviste.



**Figura 3** – Distribuzione delle persone che hanno seguito il progetto sui diversi canali social

Nel corso dei mesi sono stati pubblicati, sui diversi canali social del progetto, un totale di 569 post (Figura 4). Spesso anche i post pubblicati sui diversi canali social erano gli stessi, in modo tale da raggiungere diversi target di interessati. I post si sono così suddivisi: per il 34% su sito web, per il 43% sul canale Facebook e per il 23% su Instagram.

Tra le diverse notizie pubblicate sono state create alcune schede tecniche, utilizzando materiale già esistente o riferimenti bibliografici esistenti. Nelle schede sono state schematizzate alcune tematiche fondamentali della zootecnia montana e altre basate su una panoramica descrittiva del settore agro-zootecnico montano (consistenza degli allevamenti, specie allevate, SAU e tipo di conduzione aziendale), con un focus particolare sulla Valle Brembana utilizzando dati ISTAT (6° censimento dell'agricoltura 2010).



**Figura 4** – Andamento dei post pubblicati nel corso dei mesi di attività del progetto

A causa della situazione dello stato emergenziale, dovuto alla pandemia Covid19, non è stato possibile organizzare eventi in presenza, con l'intenzione di coinvolgere un numero elevato di allevatori e/o interessati. Per non limitare l'anima del progetto è stato comunque deciso di diffonderne le finalità, creando alcune video-interviste riferite alle realtà dell'intera filiera agro-zootecnica presenti nelle valli montane. In particolare sono stati visitati e intervistati giovani allevatori con allevamenti siti in aree montane, latterie che operano in Valle Brembana o in valli limitrofe, allevatori che hanno adottato misure di zootecnia innovativa (robot di mungitura, robot per la

distribuzione di alimento, sistemi automatici per la preparazione delle razioni...), alpeggiatori, cooperative operanti in ambito montano, esperti nel settore scientifico, operatori del settore, e infine, artigiani della filiera zootecnica-caseario o della trasformazione dalla carne, operanti in valli montane. Questo lavoro di interviste, pubblicate attraverso il canale Youtube dedicato, ha permesso di dare voce agli allevatori, ai casari e ai ricercatori, rendendoli un possibile esempio attraverso i racconti dei loro problemi, le strategie per risolverli e le tecniche utilizzate nelle diverse realtà di montagna.

In totale sono state prodotte 23 videointerviste che, a settembre 2022, hanno raggiunto più di 2000 visualizzazioni.

## Conclusioni

Grazie al finanziamento di GAL Valle Brembana 2020 ed al supporto tecnico dell'Associazione Regionale Allevatori della Lombardia (ARAL), è stata svolta un'azione informativa e dimostrativa sulle problematiche agro-zootecniche e casearie caratteristiche per la montagna, cercando di diffondere buone pratiche e tecnologie innovative.

Ad oggi (novembre 2022) il progetto è giunto formalmente a termine, ma è intenzione, per quanto possibile, continuare a pubblicare notizie interessanti per il settore ed informare sulle molteplici attività che vengono proposte per gli interessati ai temi della zootecnia e della trasformazione in montagna.

## Bibliografia

- Gusmeroli F., 2004. Il piano di pascolamento: strumento fondamentale per una corretta gestione del pascolo. Quaderni SoZooAlp 1:27-41.
- ISTAT, 2010. 6° censimento dell'agricoltura 2010. <https://www.istat.it/it/censimenti-permanenti/censimenti-precedenti/agricoltura/agricoltura-2010>
- Pasut D., 2010. L'importanza della comunicazione. esperienze didattiche in alpicoltura rivolte al pubblico turistico. Quaderni SoZooAlp 6:123-130.
- Penati C., Berentsen P.B.M., Tamburini A., Sandrucci A., de Boer I.J.M., 2011 .Effect of abandoning highland grazing on nutrient balances and economic performance of Italian Alpine dairy farms. *Livestock Science* 139:142-149.
- Tamburini A., Bava L., Celozzi S, Gison G., Lovarelli D., Sandrucci A., 2019. Sostenibilità' della produzione di latte per prodotti di montagna: alcuni esempi lombardi. Quaderni SoZooAlp 10:139-148.

