**La Montagna del Latte: coesione comunitaria, integrazione di mercato e politiche pubbliche in un progetto bandiera della SNAI**

La strategia d’area per l’Appennino Emiliano propone un impegnativo progetto di valorizzazione del Parmigiano Reggiano, icona della economia agricola emiliana e luogo di incontro e scontro, anche simbolico, tra pratiche e interessi radicati nella tradizione e proiettati nella modernità.

Il progetto fa leva sul tardivo riconoscimento della distintività del prodotto di montagna che ha rotto la logica di ferrea uniformazione del marchio di prodotto, tradizionalmente sostenuta dal Consorzio, per contrastare il declino della produzione lattiero-casearia della montagna (filiera che rimane la principale struttura di una agricoltura ancora strutturata e centrale nella economia del territorio) e i processi di “colonizzazione” e rottura ecologica determinati dalla importazione di foraggere coltivate fuori del comprensorio e di latte dagli allevamenti della pianura. Processo che ha determinato una forte riduzione della base territoriale delle produzioni e un forte deficit di manutenzione territoriale.

La *montagna del latte* si propone come chiave interpretativa di un duraturo sentiero di sviluppo dell’economia locale che parte dalla innovazione e dal rafforzamento della sua base primaria. Innovare la commercializzazione del Parmigiano Reggiano per sostenere la sua base primaria ma anche per far crescere nuove competenze professionali, in linea con i profili formativi dei giovani scolarizzati e aperti a dimensioni internazionali; per impiegare nuove competenze in una ricomposizione territoriale della filiera che intende acquisire al territorio i segmenti a maggior valore aggiunto; per proiettare la filiera del parmigiano reggiano di montagna *a valle*, verso servizi in cui il formaggio diventa alimentazione e gusto mentre lo spazio rurale può essere percepito come esperienza culturale e *stile di vita* e il territorio diventa *paesaggio*.