

Comunicare l'originalità con Origine



*Al via con il latte
di Guglielmo il primo
progetto pionieristico
per far dialogare
produttore e consumatore*

«**R**ivista specializzata nella valorizzazione di prodotti italiani di eccellenza sposa prodotti di qualità mossi dal desiderio di comunicare il valore della tradizione, la sapienza tramandata di generazione in generazione in specifici territori, il coraggio di scelte innovative».

Con questo annuncio, che è anche una appassionata dichiarazione d'intenti, *Origine - Il sapore del territorio italiano* ribadisce il suo impegno a difendere le migliori intenzioni della nostra filiera: favorire una più ampia conoscenza di tipicità presso le fasce di consumatori alla ricerca di prelibatezze.

E lo dimostra con una nuova iniziativa: la fascetta di *Origine* per contrassegnare le bottiglie di latte di Guglielmo Fontanelli. Un produttore che, per accorciare i passaggi verso il consumatore, ha deciso di distribuire personalmente in alcuni punti vendita e in bar selezionati del Bolognese il suo latte fresco di alta qualità.

A partire da ottobre, le persone che acquistano la bottiglia da litro del suo latte, attraverso le indicazioni sulla fascetta, hanno la possibilità di scaricare l'articolo che riferisce la storia di Guglielmo, pubblicata sul n. 3 del 2007 di *Origine*. In più, si potrà ricevere una copia gratuita della rivista, inviando l'apposito coupon.

L'iniziativa di co-marketing con Guglielmo Fontanelli si colloca nell'ambito di un progetto di partnership con i produttori di più ampio respiro. *Origine* punta, infatti, sempre più a divenire la bandiera di una qualità certificata e diffusa, di una tracciabilità che oggi come oggi il consumatore ricerca e premia. Che la testata difende a spada tratta a livello nazionale. E che gli articoli documentano con originalità e con precisione... golose.

GUGLIELMO RACCONTA IL VALORE DI UNA SCELTA

La vita di Guglielmo Fontanelli è cambiata molto negli ultimi due mesi: ormai si trova a dover rincorrere l'immagine originale e accattivante che le sue mucche hanno proposto al consumatore ed è anche costretto a coltivare e a mantenere in maniera quasi ossessiva la qualità del suo latte. Dopo la presentazione al Sana a settembre, i ritmi in azienda si sono fatti frenetici: martedì, giovedì e sabato il furgone di Guglielmo distribuisce il latte a Bologna; lunedì, mercoledì e venerdì pomeriggio è invece la volta dei paesi dell'Appennino. A Monzuno, il grosso paese dell'Appennino dove si trova la sua azienda, il suo latte è presente in tutti i negozi. In pratica si tratta di un autentico caso di identificazione del territorio con uno dei suoi prodotti di eccellenza.

«La soddisfazione è tanta e l'accoglienza del prodotto da parte dei bolognesi si sta dimostrando veramente al di sopra di ogni aspettativa – dice

Guglielmo – per il momento siamo poco al di sopra del 20% delle nostre possibilità di produzione aziendale, ma contiamo di arrivare a pieno regime nei primi mesi del prossimo anno».

Tra l'altro, la pastorizzazione particolarmente delicata che sta operando ha elevato la digeribilità e la gradevolezza del latte. «Le persone anziane mi dicono che sembra loro di bere il latte di quando erano bambini e i bambini di oggi hanno ricominciato ad avere quel bel bafone bianco sul labbro superiore dopo averlo bevuto» racconta soddisfatto Guglielmo.

L'avventura delle «Mucche di Guglielmo», quindi, continua, sperando che presto in altre parti d'Italia l'esempio sia seguito da altri allevatori. Il latte fresco a chilometri zero è oramai una realtà di mercato e di consumo.

Athos Barigazzi