



**Giorgio Lazzaretti**

*direttore Consorzio per la Tutela dell'Olio Extra Vergine di Oliva D.O.P. Riviera Ligure*



CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA D.O.P. RIVIERA LIGURE

Consorzio per la Tutela dell'Olio Extra Vergine di Oliva D.O.P. Riviera Ligure

Via T. Schiva, 29 - 18100 Imperia

[www.oliorivieraligure.it](http://www.oliorivieraligure.it) - [info@oliorivieraligure.it](mailto:info@oliorivieraligure.it)

#oliorivieraligure

# Olio Riviera Ligure DOP punta su un software gestionale

*a cura di Elena Conti*

**Giorgio Lazzaretti** è il direttore del Consorzio di tutela Olio Riviera Ligure DOP composto da circa 560 operatori, di cui 450 sono olivicoltori, gli altri frantoiani e confezionatori; tutti operano all'interno del territorio Ligure grazie a 2570 ettari di superficie olivicola e oltre 740mila piante iscritte al sistema di controllo: "La denominazione Olio DOP Riviera Ligure – spiega - deve essere accompagnata da una delle seguenti menzioni geografiche aggiuntive: Riviera dei Fiori, Riviera del Ponente Savonese, Riviera di Levante. Le menzioni si differenziano per l'area di produzione e per la diversa percentuale negli oliveti delle specifiche varietà di olivo. Sono circa 5000 i quintali di DOP immessi mediamente sul mercato". "L'effetto della crisi COVID-19 - prosegue Lazzaretti - ha comportato una riduzione delle vendite sui canali Horeca e export. Le azioni che può fare il Consorzio di tutela per aiutare le imprese a superare questa crisi sono un sostegno concreto per facilitare gli adempimenti a cui le aziende devono adeguarsi per il rispetto del piano di controllo. Stiamo mettendo a punto un software gestionale per facilitare e snellire questi espletamenti, e poter reagire alla crisi andando sui mercati con adempimenti fatti in modo snello e agevole. Ma serve anche una maggiore informazione al consumatore per comunicare la qualità di questo prodotto, operando con azioni promozionali collettive, legandosi anche ad altri Consorzi di tutela di IG, per giungere insieme alla localizzazione nelle superfici di vendita della GDO delle aree dedicate a DOP e IGP, dove sottolineare per il consumatore, la differenza fra un prodotto IG e il prodotto convenzionale".



## STRATEGIE PER LA RIPRESA

### La riscoperta del dialogo con il consumatore

Il cambiamento in atto può stimolare le imprese verso la riscoperta del dialogo con il consumatore, e lo sviluppo di nuove tecnologie per una promozione in Italia e all'estero sempre più qualificata e interessante. Ne è convinto il direttore del Consorzio di tutela Olio Riviera Ligure DOP, Giorgio Lazzaretti: "Come Consorzio, insieme alle imprese proseguiremo con iniziative già sperimentate come Oliveti Aperti. Grande investimento a livello di impegno, affinché agricoltura e turismo, riescano a collaborare".