

Agroindustria

Garda, cresce la domanda di olio Dop

Cresce la raccolta di olive destinate all'olio di alta qualità del lago di Garda. Secondo le prime proiezioni si tratta di un +15% che risponde all'aumento della domanda, soprattutto straniera, di uno dei prodotti di punta dell'area benacense. Una specializzazione che ha saputo fare della fascia alta di mercato (21 euro al litro di media) l'antidoto principale alla crisi che ha finito per colpire anche il comparto alimentare. In questo momento, tuttavia, i produttori della sponda veronese sono nettamente più dinamici rispetto ai bresciani.

A PAGINA 9 Trebeschi



Agroindustria Raccolta a +15%: «Le aziende investono in qualità»

Cresce la produzione dell'olio Dop del Garda

Ma solo il 29% proviene dalla sponda bresciana

Leggere note di amaro e punte di piccante, colore tendente al verde. Sono alcune delle proprietà dell'olio del Garda Dop, un prodotto certificato che muove un giro d'affari da oltre 5 milioni di euro.

Un marchio che funziona e una raccolta in crescita (+15%), segno che sono «sempre di più le aziende che hanno scelto di fare olio Dop» spiegano dal Consorzio di tutela del Garda. Un prodotto molto apprezzato in primis dai turisti che rappresentano la metà degli acquirenti. Italiani o stranieri, è soprattutto durante le vacanze che acquistano questo Dop, un olio di origine certificata che costa in media 21 euro al litro, a dimostrazione che l'alta qualità trova spazi commerciali nonostante la crisi. «Il Garda è l'area più a nord d'Europa per gli ulivi, ma è anche un brand riconosciuto» osserva Andrea Bertazzi. Il presidente del Consorzio tutela del Dop benacense sa bene che questo tipo di olio «resta un prodotto di nicchia». Che finisce in ristoranti e negozi di alto livello, e che per il 20% viene venduto direttamente all'estero.

In queste settimane è in corso la raccolta delle olive e si prevede un incremento (+15%) rispetto allo scorso anno. La produzione di olio Garda Dop supera i 2.300 quintali, ma il 60% di quest'oro giallo si concentra sulla sponda orientale, da Malcesine a Peschiera. Segno che i veronesi hanno investito più di Brescia sul prodotto di fascia alta. Hanno creduto nella certificazione e il mercato li premia. «Sul-

la sponda orientale ci sono più aziende che producono olio certificato — conferma Bertazzi — e la richiesta di olive Dop è aumentata». Il presidente riconosce che «un frantoio ha interesse ad acquistare olive certificate» perché sul mercato vale di più: non basta infatti dimostrare che è 100% italiano,

il Garda Dop ha un certificato di origine e un sistema di trasformazione che ne fa un prodotto di qualità. Rispetto a regioni come Umbria, Puglia e Toscana la resa è inferiore. Vista anche la difficoltà di lavorare in collina, i costi di produzione sono alti e assorbono circa metà (imbottigliamento escluso) del prezzo finale. Ecco perché non si vende a meno di 21-22 euro al litro.

Il consorzio di tutela, oltre a spiegare che i polifenoli sono utili per la salute, è attivo da anni nella promozione del prodotto. E sa che l'export è un canale fondamentale. Le aziende più rilevanti, ma anche grandi cooperative come quella di San Felice, vendono da anni i loro prodotti anche all'estero (Nordeuropa, Cina, Stati Uniti). L'evento di Expo 2015, che sarà centrato sull'alimentazione, diventa quindi una grande vetrina per l'olio gardesano. «È una bella opportunità — conferma il presidente del Consorzio — ma sono spaventato dall'organizzazione: siamo in ritardo». Bertazzi non parla delle aziende, ma delle istituzioni «L'evento è alle porte — spiega — ma in Regione mi pare che non abbiano ancora le idee chiare». Il suo auspicio è che si arrivi a un'azione sinergica per mettere in vetrina un «pacchetto Garda» con tutti i prodotti, dall'olio al vino alle bellezze turistiche. «Serve un accordo, non possiamo presentarci a Expo divisi per province: Brescia da una parte, Verona dall'altra. Il Garda è un tutt'uno».

Una questione ancora aperta. Dibattuta. Anche se gli esempi di cooperazione intelligente non mancano. Partendo proprio dal consorzio Olio Dop del Garda. «Da anni facciamo promozione all'estero insieme alla Riviera ligure». Ma non è un competitor? «Lavoriamo anche col consorzio del prosciutto San Daniele. Perché crediamo — conclude Bertazzi — che i prodotti di qualità si facciano promozione l'un l'altro. Il primo brand, infatti, dovrebbe essere il made in Italy».

Matteo Trebeschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



250

Mila. I litri di olio Garda Dop venduti nel corso del 2012. Il prezzo medio al litro si aggira attorno ai 21 euro, posizionando il prodotto nella fascia alta di mercato

5,3

Milioni di euro. Il controvalore economico generato nel corso del 2012 dalla commercializzazione dei 250 mila litri di olio del Garda Dop