

UN PRODOTTO TIPICO » PARLA NEDA BARBIERI

L'aglio di Voghiera è diventato l'oro bianco

120 gli ettari coltivati a marchio Dop nel 2016 per 10mila quintali di prodotto
Affari per 4 milioni di euro. Tre i distributori: Le Aie, Coop Voghierese e Mazzoni

Molti lo definiscono oro bianco. Altri un prodotto d'instabile valore sociale ed economico. L'Aglio di Voghiera D.O.P. rappresenta una risorsa, non solo per i benefici salutari, ma per l'agricoltura della zona, anfiteatro di un'impenata produttiva e conoscitiva esplosa nell'ultimo decennio a livello internazionale.

I numeri testimoniano una "creatura" giunta fino a noi dal tempo dei romani: 120 ettari coltivati a D.O.P. nel solo 2016, di cui circa 80 quintali di produzione per ettaro sul mercato. Moltiplicando si giunge a circa dieci mila quintali per un giro d'affari di 4 milioni d'euro.

«Nel territorio - spiega il presidente del Consorzio, Neda Barbieri - esistono produzioni a marchio D.O.P. e altre senza marchio. La differenza è nella certificazione di processo produttivo che segue il disciplinare D.O.P. europeo con costanti controlli di coltivazioni, trattamenti, piante per ettaro, raccolta ed essiccazione. Produrre aglio D.O.P. è più oneroso: gravoso sui piccoli produttori, anche se la tradizione a Voghiera è viva al di fuori del marchio, pur non potendolo utilizzare. Esiste l'effetto alone: il nostro aglio è conosciuto, tanto che il consumatore finale non sempre va a cercare il D.O.P. Quello senza marchio è ugualmente buono, ma non ha le tutele del marchio».

L'aglio di Voghiera ha un proprio biotipo, fisicamente diverso dagli altri come testimonia la mappatura Dna dell'Università di Ferrara, che è all'interno e all'esterno del marchio D.O.P.: tra i due mancano le certificazioni. «La commercializzazione è più vantaggiosa col marchio. La vendita dei produttori è stratificata a tre distributori, che impiegano macchine specializzate per es-

siccare, pulire, confezionare secondo procedura. I tre distributori sono Le Aie, Cooperativa Voghierese e Mazzoni, che a loro volta sono produttori. Non vi sono intermediari: la canalizzazione è diretta e non vende ad altri commercianti, permettendo di detenere il mercato».

La problematica principale è sulle quantità prodotte rispetto alla richiesta del mercato, anche estero.

«Per crescere dovremmo piantare, non vendere. Ma i contratti firmati con Sapori e Dintorni Conad, Coop e territori, Orto Amico di Umberto Veronesi non permettono di distoglierlo per piantarne molti ettari in più. Inoltre, la rotazione è di cinque anni. Da due anni, riceviamo pressioni da Giappone e America, pur sia un prodotto a consumo ridotto. Le distanze tra produzione e richiesta sono alte, ma serve strutturarsi poco alla volta, non solo nella coltivazione, ma anche in essiccazione e confezionamento, che ricoprono un'altra tipologia di problemi sugli spazi. Gli ultimi due anni sono stati piovosi e umidi: si è perso prodotto causa parassita che si sposta con l'acqua. Non può essere eliminato perché il disciplinare non prevede ematocidi. Nel 2016, la produzione è stata buona».

All'interno del quadro, il Consorzio non vende o acquista nulla: le funzioni sono burocratiche e promozionali.

«La scelta - precisano dal Consorzio - condivisa dai membri del Consiglio di lavorare al suo interno per passione, dovrà presto trasformarsi in struttura istituzionale. La preparazione dei documenti per i soci, i controlli insieme al Check Fruit regionale, i progetti di promozione, la ricerca di finanziamenti, la partecipazione ad almeno 30 fiere all'anno

hanno spinto al massimo il prodotto, ma rimangono un lavoro immane. Serve una crescita in tutti gli ambiti, ma la dimensione a cui arrivare deve permettere di sostenerne il costo. Nell'ultimo anno, stiamo seguendo un progetto primo in Italia col Nir sulla lettura ottica agli infrarossi del prodotto. Ne abbiamo presentato un altro sullo sviluppo rurale che mira alle giovani generazioni delle scuole alberghiere, nonché ad innovazioni di prodotto come l'aglio nero e l'aglio pelato. Nei prossimi mesi partirà "Classe di Qualità", progetto regionale con Ial nell'Associazione Formazione Professionisti per inserire l'aglio nei corsi gastronomici dell'ente».

Enrico Menegatti





Lo stand dell'aglio di Voghiera durante la promozione all'Expo lo scorso anno a Milano con il sindaco voghierese Chiara Cavicchi

La presidente
del
Consorzio
dell'Aglio
Dop
di Voghiera
Neda
Barbieri
alla
Camera
di
Commercio
di Ferrara



LE ORIGINI A VOGHIERA

Il consorzio è nato nel 2000 per avere il Dop

Un grande strumento di unione del territorio. Il Cda è composto da nove membri

Il Consorzio nasce nel 2000 con lo scopo di ottenere la certificazione D.O.P. Nei cinque anni precedenti, era stato sviluppato il progetto Aglio di Voghiera, grazie all'intuizione dell'ex sindaco Neda Barbieri incuriosita da un mediatore agricolo, che affermò nella percentuale del 60% la produzione di aglio a livello provinciale proveniente dal territorio voghierese.

Ricerche in Camera di Commercio confermarono la tradizione. Fu organizzato un convegno con presenza del professor Ottolini, luminare del set-

tore che aveva creato il marchio dell'omonimo aglio piacentino più famoso della regione. Riunioni, incontri, discussioni e la prima fiera nel 1997: tre anni dopo, produttori e amministratori capiscono di poter avere un marchio europeo grazie al professor Brandolini dell'Università di Ferrara, ma solo con un consorzio di produttori ed avendo tre elementi: caratteristiche diverse dagli altri, una storia sul territorio di almeno 150 anni e una tradizione tipica della produzione. Il compianto Ottorino Bacilieri preparò e presentò la relazio-

ne storica, mentre l'Università di Ferrara mappò il profilo genetico, campionando anche l'aglio cinese e spagnolo.

Nel 2007, arrivò la D.O.P. provvisoria e nel 2010 quella definitiva. La produzione è passata da 35 ettari iniziali agli attuali 120. Il Consorzio ha sviluppato un lavoro sul terreno insieme al marketing, con presenza a fiera nazionali ed internazionali, progetti culinari italiani con Gambero Rosso e Master Chef (dove in un puntata della sesta edizione è stata preparata una ricetta con Aglio di Voghiera), approfondimenti

con Alice Tv, Fruttandel e Corriere Ortofrutticolo. Conta 42 aziende socie iscritte, tra produttori e confezionatori. Il Consiglio di amministrazione, carica volontaria, ha nove membri tutti agricoltori: presidente Barbieri, vice Alessandro Benini, consiglieri Luca Colombarini, Evangelisti, Michele Gerin, Emanuele Coletti, Simona Bacilieri, Monia Dalla Libera, Raffaele Lambertini.

«È stato – dice il presidente Barbieri – un grande strumento di unione del territorio, anche se ora ha perso un po' di poesia».
(e.m.)

I CONFINI NATURALI

L'area di coltivazione coinvolge altri Comuni

Il disciplinare D.O.P. europeo contrassegna il territorio in cui svolgere tutte le azioni legate all'Aglio di Voghiera: produzione, essiccazione, conservazione, confezionamento.

Al di fuori dell'area, non rappresenta più Aglio di Voghiera D.O.P. I confini sono naturali, delineati dalla Comunità Europea, vanno oltre il territorio comunale voghierese: la maggior parte del territorio di Masi Torello, la parte alta di Portomaggiore (Runco, Quartiere e Gambulaga), la parte bassa di Ferrara (Cona, Codrea, Gaibana e Gaibanella), la parte alta di Argenta (San Nicolò fino ad Ospital Monacale). E' una zona definita dalle vecchie strade, caratterizzata dall'altezza e dal terreno alluvionale. Durante la definizione, furono fatti carotaggi al terreno per dargli omogeneità.

I periodi di semina e raccolta sono: dal 15 settembre al 30 novembre e dal 15 giugno al 31 luglio. L'essiccazione può avvenire in due modi: al sole senza tenerlo per periodi prolungati con successiva aria naturale in magazzino; forzata con due ventole da una parte e dell'altra per 72 ore all'interno di 20 giorni. Nel corso dell'inverno, è messo in celle frigorifere a meno quattro. Tolta l'umidità, viene confezionato in appositi retini, etichettato e inviato al consumatore finale. Un ettaro di terreno D.O.P. ha investimento pari a 9 mila euro e una resa media di 4/5 mila euro. Nessun prodotto della terra porta ad un guadagno tanto alto.

Le campagne di Voghiera e dintorni hanno quindi un vero tesoro da coltivare, per un bene prezioso che è diventato una vera eccellenza dei prodotti ferraresi. *(e.m.)*