



# DOP GARDA

## N O T I Z I E

## Abbiamo prodotto l'olio nuovo. Ora dobbiamo venderlo

ANDREA BERTAZZI

Presidente del Consorzio Garda Dop

La campagna olearia ha dato i suoi frutti. Possiamo ritenerci soddisfatti. Con i tempi che corrono non c'è da lamentarsi. Per la zona di produzione del Garda è andata bene. Le difficoltà che si incontrano nell'aria riflettono più che altro la situazione dell'intero Paese, oltre che quella del mondo intero. Sono tempi duri, di grande crisi. Non è facile evitare i problemi, pur lavorando bene: occorre stare in guardia, per non perdere posizioni già acquisite. Ma è proprio in un simile contesto che è necessario fare la propria parte e non demordere. Mai come ora il personale contributo di ciascun socio diventa importante. La vicepresidente del Consorzio, Laura Turri, riferisce una verità sacrosanta: "abbiamo prodotto l'olio, ora dobbiamo venderlo". Non bastano gli sforzi per ottenere un prodotto di qualità. Occorre andare oltre e seguire passo passo anche le fasi successive: la qualità deve restare tale il più a lungo possibile e bisogna vendere l'olio al prezzo migliore e più remunerativo.

Qualche settimana fa un produttore mi ha invitato a impegnarmi sempre di più sul fronte della promozione: "ne abbiamo un gran bisogno", mi ha detto. Ed è vero, il Consorzio ha fatto tanto e continuerà a farlo, ma tutti dovranno fare la propria parte con convinzione e consapevolezza, senza continuare a delegare ad altri. Insieme si fa meglio. Il territorio vince solo se è unito, fa un gioco di squadra e parla la stessa lingua. Se i singoli non sono essi stessi forti, ogni sforzo del gruppo sarà vano. Le insidie vanno affrontate insieme. Lo scorso 18 ottobre sul quotidiano "L'Arena" sono stati presentati dati non corrispondenti al vero. La resa dell'olio prodotto nel Garda non rientra infatti tra

il 16 e il 22%, ma tra il 10 e il 15%. Lo stesso discorso vale per il prezzo delle olive, che non si posiziona affatto, come qualcuno cerca di far intendere, tra i 65 e i 95 euro a quintale, ma tra i 90 e i 130 euro. C'è differenza.

Il Consorzio ha così difeso l'onorabilità di chi lavora e merita una equa remunerazione. Il 9 novembre è stato pubblicato un articolo sullo stesso giornale per ribadire la verità. L'olio extra vergine di oliva Garda Dop non può essere valutato d'altra parte meno di 9 euro al chilo. Le olive non possono essere svendute rispetto al loro valore reale! Non lo permetteremo. Per questo chiediamo che

un membro del Consorzio entri di diritto all'interno della Commissione prezzi della Camera di Commercio di Verona. Si tratta di vigilare sui prezzi diramati come ufficiali. Solo uniti si vince. Alla luce di tale episodio, vi cito un aneddoto che compare in *Fast Food Nation*, un libro di Eric Schlosser. Se i coltivatori di patate dell'Idaho, negli Stati Uniti, non si mettono assieme finiranno per diventare mezzadri. Il loro comportamento - prosegue Schlosser - tradisce spesso un ragionamento erroneo descritto nei manuali universitari di economia. Si tratta di un errore logico che molti non considerano e che consiste nel ri-

tenere che ciò che è buono per un individuo lo possa essere anche per tutti gli altri. L'esempio del concerto affollato è emblematico. Se qualcuno, senza pensarci, se ne sta in piedi per vedere meglio il palcoscenico, anche gli altri si alzeranno e così nessuno alla fine potrà vedere bene come quando si stava seduti. Ciò significa che le regole vanno rispettate. Bisogna agire nell'interesse personale ma anche del gruppo. Solo così a vincere sarà il territorio.

E' con questo auspicio che vi saluto e vi auguro buone festività. Grazie per l'impegno con cui svolgete il vostro lavoro. Senza il vostro apporto non si va da nessuna parte. Un grazie di cuore anche a tutti i consiglieri, alla vicepresidente Laura Turri, al tecnico Elia Belotti, a Moira Peroni ed Eurosia Gasparini, nonché a quanti hanno avuto modo di collaborare con noi, dalle Istituzioni nazionali e locali alle associazioni di categoria. A voi tutti, e alle vostre famiglie, un sereno Natale e un 2010 ricco di buoni auspici.



### BORSINO OLIO

Dato medio rilevato delle ultime 4 settimane (€/Kg)

Dop Garda	9,10	▼
Italia Bari	2,50	▼
Grecia	2,40	▼
Spagna Picual	2,20	▼
Tunisia	2,30	▼
Olio di oliva raffinato	2,20	▼
Olio di sansa di oliva	2,00 %	▲

# Il tecnico informa. Le indicazioni di Elia Belotti

Importanti i dettagli relativi al disciplinare di produzione, utili i dati aggiornati a fine novembre circa gli andamenti della campagna 2009-2010.

**Dpc 009 PT pag. 11 e 12.** Si ricorda ai **soci olivicoltori** che le partite di olive o di olio destinate a Dop Garda devono essere accompagnate da Ddt o Mod. 010 PT o altra documentazione comparabile contenente gli elementi previsti per il Ddt. Oltre al mittente e al destinatario, la documentazione di trasporto o documentazione simile deve chiaramente riportare: la data di raccolta delle olive; la data di molitura; il peso delle olive; il peso dell'olio ottenuto; la resa in %; la dicitura "prodotto destinato alla Dop Garda" con indicazione della specifica menzione geografica aggiuntiva (Bresciano, Orientale, Trentino) e l'acronimo "PT".

**Dpc 009 PT pag. 11 e 12.** Si ricorda ai **soci molitori** che le partite di olive o di olio destinate a Dop Garda devono essere accettate in frantoio con tutta la documentazione necessaria per

la tracciabilità e la rintracciabilità delle olive e dell'olio (come ricordato agli olivicoltori); questi dati saranno poi necessari per la completa e veloce compilazione dei registri di frantoio (Mod. 006 PT) e dei registri di stoccaggio e movimentazione (Mod. 007 PT) indispensabili per la richiesta di certificazione Dop Garda. Sia le partite di olive in attesa di lavorazione, sia l'olio nelle cisterne in attesa di certificazione (o certificato in attesa di confezionamento) devono essere ben identificabili e indicativamente riportare: nominativo del detentore del lotto di olio; numero del contenitore; capacità totale del contenitore; quantità contenuta; campagna olivicola; dicitura "prodotto destinato alla Dop Garda" con indicazione della specifica menzione geografica aggiuntiva (Bresciano, Orientale, Trentino) e l'acronimo "PT".

**Dpc 009 PT pag. 13.** Si ricorda ai **soci imbottigliatori-confezionatori** che l'etichetta da apporre sul prodotto certificato Dop Garda deve essere convalidata dal Consorzio di Tutela e da Csqa

Certificazioni. Pertanto, si ricorda a tutti i soci che devono comporre un'etichetta o che hanno esaurito le vecchie etichette e devono procedere alla nuova ristampa, di mandare al Consorzio per posta elettronica (info@oliogardadop.it) la bozza dell'etichetta e attendere riscontro.

## Previsioni olive Garda Dop 2009-2010

Si riportano qui di seguito alcuni dati sulle previsioni di oliva Garda Dop dei soci del Consorzio di Tutela riferiti alla campagna in corso ottenuti al 15 ottobre 2009:

- Garda Orientale Dop q.li 14.457,68
- Garda Bresciano Dop: q.li 7.380,80
- Garda Trentino Dop: q.li 2.338,68
- totale previsione 2009/10 Garda Dop: q.li 24.177,16

## Andamento campagna, dato aggiornato al 25 novembre 2009

Dal 19 ottobre 2009, l'inizio in-

dicativo della raccolta delle olive atte alla produzione Dop Garda 2009-2010 ad oggi, si può notare come l'oliva in frantoio sia pervenuta in condizioni ottimali, con poco o niente danno da mosca delle olive, consegnata in frantoio mediamente entro 3 giorni dalla raccolta per poi essere lavorata entro poche ore.

Tali condizioni hanno permesso di ottenere un olio ad oggi caratterizzato da:

- colore verde brillante con riflessi al giallo;
- profumo fresco di verde;
- sapore pulito di oliva fresca, mediamente fruttato con note importanti di amaro e piccante.

Le rese in olio, fin dall'inizio della raccolta, si sono dimostrate mediamente alte (circa + 2 punti %) rispetto alla stessa epoca di annate passate.

Ora si attende, con il prosieguo della campagna in corso e le prime analisi dei campioni di olio per le certificazioni, una conferma dei primi dati stimati.

## Diario di bordo del Consorzio

**L'assemblea straordinaria.** Si è svolta a Cavaion Veronese il 13 ottobre scorso. Importante perché sono state approvate le modifiche allo statuto, precedentemente approvato dal Mipaaf. Significativi i dati relativi al Consorzio: ad oggi comprende 476 soci olivicoltori, 20 molitori e 19 imbottigliatori.

**Una richiesta.** E' necessario che tutte le aziende confezionatrici comunichino al Consorzio l'uti-

lizzo del marchio "Dop Garda" per scopi pubblicitari. Dovranno farlo trasmettendo richiesta scritta via posta elettronica.

**Una comunicazione importante.** Si ricorda infine che non è assolutamente possibile utilizzare la dicitura "Olio del Garda", in qualsiasi modo venga essa elaborata, sia per titolare i siti internet, sia attraverso e-mail. Per ulteriori informazioni al riguardo, vi invi-

tiamo a rivolgerci presso l'ufficio del Consorzio.

**Spazio agli eventi.** Successo di pubblico alla rassegna gastronomica "Valtinesi con gusto". Una presenza media, nei ristoranti, di 50, 60 persone, nel corso delle serate dedicate alla manifestazione. La buona riuscita è frutto dell'impegno volontario del gruppo Olea di San Felice del Benaco, realtà ideatrice e promotrice dell'iniziativa. L'ultimo appuntamento il 19 dicembre, presso la Fondazione Ugo da Como, nel suggestivo castello di Lonato.

Dal 31 gennaio al 3 febbraio 2010 il Consorzio sarà presente con uno spazio espositivo al Riva Expo Hotel, all'interno di una nuova area denominata "Sololio".

Un evento di grande rilevanza il 9 ottobre, nella cornice del Lago di Garda, teatro della premiazione del concorso "Olio Capitale", concorso riservato agli

extra vergini di qualità promosso dall'Ente Fiera di Trieste. Un appuntamento a carattere itinerante, che ha visto questa volta la fattiva collaborazione del Consorzio, dopo Trieste e Ragusa. Palcoscenico ideale la residenza della famiglia Borghese Cavazza a Isola del Garda, dove è stato conferito il **premio speciale "personaggio dell'anno" al presidente del Consorzio Andrea Bertazzi**, con la seguente motivazione. "(...) ha saputo dare un forte impulso innovativo agli extra vergini a marchio Dop. Dalla sua ha il vantaggio di essere giovane e di pensare con grande lucidità al futuro senza dimenticare la tradizione, ma ha anche il merito di aver dimostrato il coraggio nell'assumere un ruolo guida in un comparto che è invece rinunciatario e poco coraggioso nelle scelte di campo. E' egli stesso un olivicoltore e conosce bene il lavoro della campagna e le problematiche di chi rappresenta".



# Produrre per vendere: le scelte aziendali

Una volta prodotto l'olio e ottenute le certificazioni, occorre venderlo.

Le scelte che si pongono di fronte all'azienda sono diverse, in funzione del canale commerciale scelto: vendita diretta, HoReCa, grande distribuzione. Andiamo ad esaminare le singole opzioni, ricordando che può risultare utile non affidarsi a un unico mercato ma esplorare diverse soluzioni, in ragione della propria capacità produttiva, presente e futura.

La **vendita diretta a privati** rappresenta la soluzione solo apparentemente più semplice. Il rapporto con i clienti va infatti coltivato e il loro incremento, spesso dovuto al passaparola, è piuttosto lento e può risultare incostante. Alla vendita diretta ai privati spesso si affianca la **vendita diretta in azienda**, possibile se si dispone di un locale attrezzato anche per eventuali degustazioni ed assaggi. In questo caso l'impresa olivicola dovrà anche scegliere a quale tipologia di pubblico riferirsi, cambiando sostanzialmente l'approccio comunicazionale e promozionale se ci si rivolge al turista o al pubblico locale. Nel primo caso saranno da privilegiare gli investimenti presso le strutture ricettive, gli

sportelli di informazione turistica e ogni altro luogo frequentato dal villeggiante. Sarà inoltre indispensabile conoscere almeno una lingua straniera per accogliere familiarmente ma professionalmente il visitatore. Nel secondo caso le televisioni, le radio e i giornali locali, senza mai escludere la cartellonistica stradale e la partecipazione alle sagre, sono strumenti di marketing indispensabili per farsi conoscere.

Affrontare il canale **HoReCa** (Hotel, Ristoranti, Catering) significa molto spesso affidarsi alle capacità commerciali di agenti, rappresentanti o distributori. La ricerca, la selezione e la creazione di una rete di vendita affidabile è il primo investimento strategico che l'azienda si trova ad affrontare e non devono essere sottovalutati i costi relativi agli incontri periodici con la forza vendita, in particolare se sita in province e regioni lontane. In questa prima fase gli investimenti promozionali vanno ben valutati, anche con il supporto del rappresentante in loco, e rapportati ai volumi di vendita in aspettativa. Pubblicità o promozioni a carattere nazionale possono essere molto dispendiose e poco utili se la diffusione è limitata a poche aree.



Non è da escludere a priori anche la **Gdo** (grande distribuzione organizzata). Spesso si crede che supermarket e simili abbiano necessità di elevatissimi volumi, non alla portata di piccoli e medi produttori, ma non è così. Si possono infatti trovare accordi con un singolo o più punti vendita locali che spesso cercano prodotti tipici per incrementare l'assortimento. I costi promo-

zionali, in questo caso, verranno quasi interamente assorbiti proprio dalla grande distribuzione che richiede, sotto diverse forme (contributi fine anno, promozioni volante, cartellonistica nel punto vendita, contributo di ingresso...) degli investimenti da parte dell'impresa.

Natale 2009  
un pensiero per te



## Non trattenerti mai

Tieni sempre presente che la pelle fa le rughe,  
i capelli diventano bianchi,  
i giorni si trasformano in anni.  
Però ciò che è importante non cambia;  
la tua forza e la tua convinzione non hanno età.  
Il tuo spirito è la colla di qualsiasi tela di ragno.  
Dietro ogni linea di arrivo  
c'è una partenza.  
Dietro ogni successo c'è un'altra delusione.  
Fino a quando sei vivo, sentiti vivo.  
Se ti manca ciò che facevi torna a farlo.  
Non vivere di foto ingiallite.  
Insisti anche se tutti si aspettano che abbandoni.  
Non lasciare che si arrugginisca il ferro che c'è in te.  
Fai in modo che invece che compassione,  
ti portino rispetto.  
Quando a causa degli anni non potrai correre, cammina veloce.  
Quando non potrai camminare veloce, cammina.  
Quando non potrai camminare, usa il bastone.  
Però non trattenerti mai!

*Madre Teresa di Calcutta*

# Numero di perossidi, quanto ossigeno è disciolto nell'olio?

Dal numero di perossidi è possibile desumere lo stato di conservazione dell'olio, tanto più basso sarà questo valore, tanto meglio e a lungo si conserverà l'extra vergine, tanto più si avvicinerà alla soglia di 20, limite massimo stabilito dalla legge, tanto più la vita media sarà breve. Chimicamente il numero di perossidi rappresenta la quantità di ossigeno già assorbita dall'olio. L'unità di

misura sono i milliequivalenti di ossigeno per chilogrammo di olio (meq O<sup>2</sup>/kg). Il fenomeno misurato dal numero di perossidi è l'irrancidimento ossidativo. Tale processo è operato da alcuni enzimi, chiamati lipossidasi, ed è favorito da luce e calore e porta alla formazione di radicali perossidici che attaccando gli acidi grassi formano idroperossidi. Si tratta di una reazione a catena, dunque

inarrestabile, che inizia già all'interno del frutto dell'oliva e che porta alla formazione di molecole che hanno odori sgradevoli, di rancido appunto. Il valore del numero di perossidi è quindi legato tanto alle fasi produttive quanto alla conservazione del prodotto. Elevati valori del numero di perossidi si possono avere in caso di raccolta di olive sovrarmature che vengono poi malconservate

per lungo tempo, oppure in caso di lavorazione troppo prolungata (gramolazione) della pasta d'oliva in frantoio. O ancora in caso di esposizione alla luce e al calore. Il valore del numero di perossidi varia nel tempo, con una tipica curva a campana nell'immediatezza della produzione per poi crescere costantemente nel corso della conservazione. Non ci si deve dunque allarmare eccessivamente se, a poche settimane dall'estrazione, i valori del numero di perossidi tendano a crescere, si tratta infatti di una normale fase di "assestamento".

## Non disperdere la qualità dopo la produzione

*Conservare correttamente l'extra vergine salvaguarda il prodotto e gli sforzi compiuti durante l'anno*

Dopo averlo prodotto è ora di conservare accuratamente l'olio extra vergine in modo che mantenga inalterate per più tempo possibile le proprie caratteristiche organolettiche e nutrizionali. Per ottenere questo risultato occorre tenere presenti alcune basilari regole, ma anche aggiornarsi e conoscere le nuove tecnologie a disposizione. Quali sono i nemici naturali dell'olio? Calore, luce, aria e odori molesti.

Subito dopo l'estrazione l'olio di oliva si presenta ancora torbido per la presenza di particelle in sospensione che tuttavia precipitano sul fondo dei tini in relativamente poco tempo: dai 7 ai 15 giorni. Tale sedimentazione, che prende il nome di morchia, andrebbe immediatamente eliminato con un **travasamento**. Non è infatti consigliabile la vecchia prassi di "pulire" l'olio solo a primavera perché durante questo lasso di tempo la morchia potrebbe fermentare dando luogo a spiacevoli odori che l'extra vergine assorbirebbe immediatamente, declassandone categoria

merceologica e qualità. Se non si vuole ricorrere ai travasi, che hanno il pregio di non necessitare di alcun macchinario ma che presentano lo svantaggio di non eliminare tutti i residui solidi, si può ricorrere alla filtrazione.

Fino a qualche anno fa l'unica soluzione era la **filtrazione** o con cotone (alla barese) o con cartoni. La prima è altamente sconsigliata perché espone l'olio a una notevole ossidazione, la seconda, sebbene altamente efficiente nella brillantatura, elimina una percentuale non trascurabile di composti minori. Oggi esistono altre due modalità di filtrazione per l'olio extra vergine d'oliva. La **filtrazione con gas inerte** è una tecnologia protetta da brevetto da parte del gruppo di lavoro di Lorenzo Cerretani del Dipartimento di Scienze degli alimenti dell'Università di Bologna, prevede il gorgogliamento di un gas inerte (azoto o argon) all'interno di un tino appositamente concepito allo scopo. Ottimi i riscontri ottenuti anche su quantità ridotte,

dai 50 ai 300 litri/ora. Il risultato non è solo una filtrazione dell'olio senza che vi sia alcuna perdita in biofenoli ma anche una protezione dall'ossidazione in quanto buona parte dell'ossigeno disciolto nell'olio viene sostituito da gas inerti, così riducendo il potere ossidante e garantendo una più lunga conservazione del prodotto. Il costo d'esercizio è calcolato in 3-4 euro ogni 100 litri d'olio filtrato se si utilizza azoto, 6-8 euro ogni 100 litri se invece si preferisce l'argon. La **filtrazione a sacco** è già invece ben nota ed apprezzata nel settore vitivinicolo. Il problema di tale tecnologia è che i filtri utilizzati nel comparto vino non si potevano trasferire tout court all'olio d'oliva ed è occorso un lavoro di ricerca intenso per trovarne di specifici. Le prove sono state condotte da un team di ricerca del Cnr-Ivalsa coordinato da Claudio Cantini e Graziano Sani che ha sperimentato l'efficacia di questo filtro tanto su oli appena usciti dal separatore (grado di torpidità ntu > 1000) quanto su quelli lasciati sedimentare per qualche giorno (500-600 ntu). Il risultato, utilizzando un filtro a sacco, è stato di portare l'olio a essere perfettamente limpido, con grado di torpidità di 50 ntu, che si può abbassare a 25-30 nel caso si effettui una doppia filtrazione. Da sottolineare che anche questa tecnologia è rispettosa del contenuto di biofenoli e

che il materiale utilizzato per la produzione dei filtri, il polipropilene, è ben conosciuto per la sua inerzia chimica.

Che si sia eseguito un travaso oppure la filtrazione l'extra vergine andrà poi conservato, prima dell'imbottigliamento, in tini possibilmente in **acciaio inox**, ma adatte possono anche essere vasche in materiale sintetico purché perfettamente lavabili. I tini possono anche essere dotati di un impianto per sostituire l'aria con un gas inerte, così aumentando la vita dell'olio. Tali macchinari sono però costosi, richiedono personale qualificato per essere utilizzati e non sono economicamente convenienti se l'olio prodotto viene commercializzato nell'arco di 12 mesi.

La **temperatura** ottimale di conservazione è di 12-15 gradi centigradi ed è bene ricordare che tanto il caldo quanto il freddo possono rovinare l'olio. La solidificazione dell'olio a causa delle basse temperature di conservazione, sotto i 5-6 gradi centigradi, porta alla precipitazione delle cere e di altri importanti composti, condizione che provoca un rapido scadimento dell'extra vergine nel volgere di poche settimane dopo che è stato riportato allo stato liquido. Temperature troppo elevate sono fonte di ossidazione, si ha quindi un deperimento in polifenoli e il conseguente inacidimento precoce dell'olio.

Anche il luogo dove vengono conservati i tini ha rilevanza. Le cantine umide sono da escludersi in quanto si possono generare muffe i cui odori potrebbero trasmettersi all'olio. Per identica ragione nel locale di stoccaggio dell'olio non è consigliabile conservare alcuna altra derrata alimentare, se non confezionata.

### Consorzio di Tutela Olio Extra Vergine di Oliva Garda Dop

(Riconosciuto con D.M. 18.03.2004)

Via Vittorio Veneto, 1 - 37010 Cavaion Veronese (Verona)

Tel 045.7235864 - Fax 045.626.44.13

www.oliogardadop.it - e-mail: info@oliogardadop.it

**orari di apertura al pubblico:** Lun-ven 8.30 -12.30

**Ufficio periferico:** Palazzo ex Monte di Pietà P.zza Municipio 25010 San Felice del Benaco (BS) tel. e fax 0365 62541

**orario di apertura:** martedì 09.00 -12.00

Direttore responsabile: Luigi Caricato - Coordinatore editoriale: Alberto Grimelli

Redazione: Via Francesco Brioschi, 86 - 20141 Milano

Anno I - numero 3

Supplemento al n. 43 del 5/12/2009 di Teatro Naturale

Autorizzazione Tribunale di Livorno n. 12 del 19/05/2003

Grafica: Alberto Martelli - Aerostato

Stampa: Mediaprint srl, San Giovanni Lupatoto (Verona)



**Veneto**  
Tra la terra e il cielo

www.veneto.to

Iniziativa finanziata dal Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013  
Organismo responsabile dell'informazione: Consorzio di Tutela Olio Garda Dop  
Autorità di gestione: Regione Del Veneto - Direzione Piani e Programmi del Settore Primario