



> 28 giugno 2025 alle ore 0:00

Agroalimentare

Piace l'idea «Marchio del Garda»

• Si partirà creando un disciplinare che possa garantire la qualità e la tracciabilità dei prodotti lacustri e dell'entroterra

EMANUELE ZANINI

Realizzare un marchio del Garda Veneto, riconosciuto dalla Regione, per migliorare e implementare ulteriormente la promozione del territorio lacustre e del suo entroterra. Per farlo servirà partire dalla creazione di un disciplinare che garantisca qualità e tracciabilità territoriale, con un ulteriore incontro a settembre per iniziare le prime azioni concrete a tutti i livelli istituzionali.

È uno degli obiettivi che si è prefissati nel corso della tavola rotonda «Le eccellenze del sistema Garda a confronto», organizzata dal consigliere regionale di Forza Italia Alberto Bozza alla cantina Caorsa di Affi, a cui hanno partecipato diversi esponenti delle istituzioni, associazioni di categoria, consorzi e stakeholder del settore agroalimentare, oltre sindaci e amministratori locali.

Turismo, vino, pesca e olio sono stati i quattro focus attorno ai quali è ruotato l'incontro, che segue quello realizzato lo scorso novembre a Verona. Sui nodi legati al settore della pesca sono intervenuti la responsabile di Pesca-gri-Cia Marilena Fusco, Alex Vantini, presidente di Coldiretti Verona, e Carlo Cantoni, del Dipartimento Prevenzio-

ne dell'Ulss 9 Scaligera.

Settore pesca

Al dibattito l'attenzione al progetto per la realizzazione di punti di sbarco sulle rive del lago da mettere a disposizione dei pescatori, che troverebbero un attracco certo per scaricare il pescato in vicine celle frigorifere, con il pesce che così sarebbe verificato e controllato, garantendo una tracciabilità che lo identificherebbe come pesce realmente pescato nelle acque del Garda.

È stata sottolineata anche l'importanza di offrire una sostenibilità economica e lavorativa ai pescatori. A tal proposito ha portato la sua testimonianza Mario Monese, pescatore professionista che ha confermato le difficoltà nella pesca, soprattutto di quella del lavarello, specie che rischia di scomparire se non verranno modificate le norme che consentano la sua immissione considerando specie autoctona.

Ivan De Beni e Paolo Arterio, presidenti rispettivamente di Federalberghi Garda Veneto e DVG, Destination Verona e Garda Foundation, hanno incentrato il loro intervento sul turismo e sull'importanza di creare più sinergie tra i diversi comparti dell'agroalimentare e della ricettività per creare un marchio uniforme e unico che abbia come comune denominatore il lago di Garda nel suo complesso.

Promozione

De Beni ha sottolineato in

particolare la necessità di promuovere maggiormente le eccellenze enogastronomiche gardesane nei ristoranti e locali del lago. Fabio Dei Micheli, Fabio Zenato, Paolo Fiorini, rispettivamente presidenti dei Consorzi di tutela dei vini Bardolino Doc, Lugana Doc e Garda Doc, con Luca Oliosi, vice presidente del consorzio Custozza Doc, hanno ribadito le potenzialità del comparto enologico, così come, per l'olio hanno fatto il presidente del Consorzio Olio Garda Dop Simone Padovani e il direttore di Aipo, Enzo Gambin. Dopo i saluti di Alberto De Togni, presidente di Confagricoltura Verona e consigliere nazionale di Cai, Consorzi agrari d'Italia, e Gianmichele Passarini di Cia Veneto, Nicola Dall'Acqua, direttore di Veneto Agricoltura, ha sollecitato le aziende dei vari comparti a innovare per ottenere il supporto della stessa azienda regionale, anche per la realizzazione di un brand unico.

Su questo tema, infine, Bozza ha insistito precisando: «È necessario creare ulteriori sinergie potenziando la rete di collegamento tra alcuni pilastri dell'economia del lago, in modo da sviluppare a tutti gli effetti un sistema Garda: un brand in grado di unire il territorio, la sua economia, l'azione delle filiere e dei portatori d'interesse».



> 28 giugno 2025 alle ore 0:00



Confronto L'incontro organizzato dal consigliere Bozza