

Il Comitato di Gestione ha sottoscritto le prime convenzioni per l'utilizzo del marchio del Parco per certificare prodotti e servizi di qualità dell'altopiano

## Sei aziende “griffate” Lessinia

Sei aziende della Lessinia accedono per prime al marchio del Parco, assicurandosi la possibilità di poter utilizzare il nome e il logo nella commercializzazione dei loro prodotti di qualità. Nella giunta integrata del Parco saranno sottoscritte le convenzioni che riguardano le aziende: Caseificio Menegazzi di Erbezzo per la produzione della caciotta; Azienda agricola Piccoli di Francesca Mainenti di Erbezzo, per prodotti suinicoli e confetture; Apicoltura Salaorni di Roverè per il miele biologico; Società Lessinia srl di Roverè per i prodotti caseari commercializzati con il marchio Cadelmonte; Erbecedario srl di Sprea di Badia Calavena per prodotti vari a base di erbe; il Centro equestre “Ai Schinchi” di Fosse di Sant’Anna d’Alfaedo per l’equitazione.

Marchio non solo per agricoltura e allevamento, quindi, ma anche per prodotti diversi, come servizi di accoglienza, ristorazione e artigianali.

Il via libera è venuto dal Comitato di gestione del marchio del Parco, di cui fanno parte il presidente Stefano Marcolini; il direttore Diego Lonardoni, Novello Bertagnoli, esperto del settore turistico; Enzo Gambin, esperto di agricoltura, foreste e settore agroindustriale; Pierpaolo Ermanis, rappresentante di associazioni di consumatori (Unione nazionale consumatori); Fausto Cantarelli, esperto in produzioni alimentari; Averardo Amadio per parchi e aree protette; Vittorio Bonuzzi, esperto in economia e politica agraria. A costoro potranno aggiungersi due esperti su settori specifici, che verranno scelti di volta in volta in funzione delle competenze e invitati a partecipare ai lavori del comitato.

“L’analisi delle istanze presentate”, spiega il direttore Lonardoni, “ha portato a queste prime sei convenzioni con altrettante ditte, ma il comitato di gestione del marchio ha ritenuto importante integrare le norme del disciplinare con indicazioni più restrittive”. Queste le novità introdotte: possono far richiesta del marchio del Parco aziende e prodotti che già si fregiano dei titoli Dop e Igp presenti sul territorio. Deve inoltre trattarsi di prodotti tradizionali di alta qualità. Le aziende che fanno richiesta del marchio devono avere la propria sede nei paesi della Comunità Montana della Lessinia o del Parco e sugli stessi avere i punti vendita. A ogni azienda è chiesto un corrispettivo annuo di 100 euro per utilizzare il marchio e devono presentare al comitato del marchio, per l’approvazione, delle etichette.

“È questo il primo passo perché il marchio del Parco diventi qualcosa di utile per i prodotti tipici della Lessinia”, commenta il presidente Stefano Marcolini, “e porti con sé il significato di qualità, salubrità e di rispetto dell’ambiente. Invito tutte le aziende che rientrano nei criteri indicati a presentare la domanda per il marchio entro il 31 marzo: saranno loro lo zoccolo duro con cui si comincerà a lavorare insieme per la promozione del Parco, dei suoi prodotti e delle sue iniziative”, conclude. (v.z.)