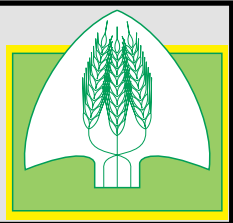


RIGENERARE  
L'AGRICOLTURA



PERIODICO DELLA FEDERAZIONE  
COLDIRETTI DI LECCE

Anno XXIX - Numero 4

GIUGNO 2006

# ..terra salentina..

Si è conclusa con successo la quinta edizione dell'iniziativa di Coldiretti che avvicina le scuole al mondo rurale  
**“Campagna amica” conquista gli studenti salentini**  
*Presidi e docenti: “Un’esperienza didattica di grande valore per i ragazzi”*

La campagna è entrata nelle scuole ed ha ammaliato centinaia di studenti con i suoi "tesori" verdi. Si è conclusa con un bagno di folla (oltre mille ragazzi da tutta la regione), lo scorso 26 maggio a Bari, la terza edizione leccese di "Campagna Amica", il progetto didattico di Coldiretti che si propone di avvicinare i giovani studenti al mondo rurale ed ai suoi variegati aspetti. "Un vero successo", commenta entusiasta **Mario Cortese**, coordinatore del progetto per la Coldiretti di Lecce, che sottolinea l'interesse dimostrato dalle scolaresche per tutto ciò che riguarda l'universo dell'agricoltura. A partecipare all'iniziativa salentina di "Campagna amica" sono state quest'anno due scuole, in particolare 130 alunni di otto classi della scuola elementare di Gagliano del Capo ed oltre cento alunni della scuola media di Corigliano d'Otranto. "Con le scuole elementari abbiamo trattato le filiere dell'olio e del grano, mentre con le scuole medie anche la filiera del vino", spiega Cortese.



A tu per tu con gli animali delle aziende rurali

Da dicembre a maggio, Coldiretti è entrata con cadenza settimanale nelle aule per illustrare ai ragazzi, anche attraverso le lezioni del biologo **Pierpaolo Primiceri**, tutti gli aspetti nevralgici che caratterizzano le filiere produttive, dai trattamenti fitosanitari alla tracciabilità, dai prodotti biologici, alla sicurezza alimentare, alle proprietà organolettiche e nutritive di olio, vino, grano. Le lezioni, spiegano gli organizzatori, sono state seguite con grande interesse dai ragazzi e dagli insegnanti, ma anche dal comitato dei genitori, che ha voluto partecipare all'iniziativa per saperne di più sull'alimentazione dei propri figli. Non solo teoria, però. Alla prima fase in aula, "Campagna amica" ha fatto seguire numerosi interventi sul campo, con visite guidate presso cantine vinicole ed olivicole, molini, opifici, aziende rurali.



Un momento della manifestazione nello stadio di Bari

"Gli studenti di Corigliano hanno visitato ad esempio il pastificio Pedone - racconta Cortese - dove hanno potuto seguire passo dopo passo tutto il processo produttivo della pasta, dalla farina all'impacchettatura. Un modo per prendere coscienza delle complesse ed articolate fasi necessarie perché un alimento sia poi trasformato nel prodotto che si trova nel supermercato".

Tante le domande che i giovani studenti, i docenti ed i genitori hanno rivolto agli organizzatori: sulle metodologie di coltivazione, sulle proprietà degli alimenti, sui passaggi produttivi della filiera. Le lezioni della Coldiretti si sono intrecciate con la didattica. I docenti infatti hanno incentrato il programma delle materie scientifiche dell'anno scolastico proprio sulla filiera dell'olio, del vino e del grano. Entrare nelle scuole con "Campagna amica", sostengono gli organizzatori, è un'occasione di co-

noscenza per gli studenti ma anche un modo per creare un rapporto di fiducia tra i giovani (futuri consumatori) e le famiglie con il mondo agricolo locale. "Si prende coscienza di una serie di aspetti che il mondo di oggi tende a dare per scontati".

E proprio su questo insiste il dirigente scolastico dell'Istituto comprensivo di Gagliano del Capo, **Cesare Daquino**, che ha creduto da subito nell'iniziativa e l'ha voluta portare nella propria scuola. "Un progetto importante per far capire ai bambini che il pane, la frutta, l'olio, il vino non nascono e vivono nel supermercato, ma nella terra. C'è infatti il rischio che il microcosmo dei supermercati allontani definitivamente le giovani generazioni dalla realtà: e cioè dal fatto che il cibo è il prodotto della coltivazione nei campi. Un rischio che si avverte già in piccole realtà di poche migliaia di abitanti come Gagliano, figuriamoci nelle



I ragazzi protagonisti di alcuni momenti di spettacolo nella cerimonia di "Campagna amica"

grandi metropoli".

Ed aggiunge: "Un'altro aspetto interessante di "Campagna amica" è l'educazione alimentare. Da uno studio fatto assieme ad una scuola elementare di Corinto, in Grecia, abbiamo potuto constatare l'aumento preoccupante dell'obesità in età scolare, dato rilevato dalla comunità scientifica internazionale. Un problema causato da una cattiva alimentazione. I bambini mangiano sempre più merendine e prodotti grassi. Così avvicinarli alla frutta, alla verdura, ai prodotti naturali dell'agricoltura può essere un ottimo modo per istillare in loro una migliore consapevolezza alimentare". Il preside ammette di aver assistito egli stesso con curiosità a più di una lezione. "Gli organizzatori di Coldiretti hanno saputo trattare gli argomenti in



modo avvincente. Giudico questa iniziativa un vero successo. Sono contento di aver portato "Campagna amica" nella nostra scuola".

Due eventi hanno caratterizzato la conclusione del progetto. Il 26 maggio, a Bari, nell'ex stadio della Vittoria, migliaia di ragazzi (tra cui due pullman messi a disposizione degli studenti salentini dalla Coldiretti di Lecce) hanno trascorso una giornata speciale, con masserie didattiche, giochi, degustazione di prodotti, un ricco pranzo a base di alimenti tipici. Ed infine il 31 maggio, nella scuola di Gagliano del Capo, si è tenuto un incontro per parlare di prodotti tipici e dieta mediterranea, con la partecipazione del direttore della Coldiretti Donnini, a cui hanno preso parte tutti i protagonisti di "Campagna amica": studenti, docenti, genitori, organizzatori. Che hanno potuto poi concludere il progetto all'insegna della gola, gustando i prodotti tipici offerti dalle aziende del luogo. L'appuntamento è dunque al prossimo anno scolastico, con nuove scuole che apriranno le aule all'affascinante mondo della campagna.

**Daniela Pastore**



## OBIETTIVO IMPRESA Rubrica del direttore della Coldiretti Lecce

### Aziende tabacchicole di fronte alla sfida del mercato

dente, pertanto, come per la coltivazione del tabacco nel Salento non ci sia più un futuro.

Il che ovviamente può suscitare, come sta suscitando, indignazione fra coloro che hanno guardato al settore del tabacco come al settore agricolo da sempre, nel Salento, in grado di assorbire manodopera bracciantile; le imprese, invece, devono guardare in termini positivi alle opportunità che si dischiudono in termini di alternative culturali e, più in generale, gestionali che possono evidenziarsi interpretando correttamente lo spirito della Riforma della Pac che ha di fatto eliminato quelle distorsioni che fino a ieri hanno assicurato solo assistenzialismo e rendite di posizione, ponendosi di traverso rispetto alla esigenza delle nostre imprese di reggere l'impatto della concorrenza sul mercato globale.

Oggi grazie alla riforma del-

la Pac e a nuovi strumenti legislativi, quali la legge di orientamento, la moderna impresa multifunzionale può avere diverse opzioni, che vanno appunto da una migliore condizione di orientamento al mercato, all'offerta di servizi valorizzabili sul mercato stesso, quali agriturismo, servizi ricreativi, culturali e didattici, all'offerta di servizi agroambientali, quali la produzione in forma autonoma di energia alternativa, ecc.

Il dibattito allora che deve prendere corpo, è quello su come orientare le risorse che si renderanno disponibili per la ristrutturazione e riconversione del settore tabacchicolo, con un approccio complessivo alle logiche che la riforma della Pac ha reso evidenti, in termini appunto di nuove opportunità per le imprese e di orientamento al mercato.

Occorrerà pertanto trovare la

giusta sintesi in una concertazione "programmatica" che individui all'interno dei prossimi Psr 2007/2013, verso i quali occorrerà avere un approccio di tipo territoriale e non settoriale, quegli strumenti che possano mettere le aziende tabacchicole nelle condizioni di potersi riconvertire o in una logica "marketing oriented", attraverso per esempio la elaborazione di progetti di filiera anche nel settore delle bioenergie, o in un'ottica multifunzionale e di offerta di servizi diversi.

La riconversione del settore del tabacco, in definitiva, dovrà costituire una grande opportunità di sviluppo della agricoltura salentina di qualità e fornire alle nostre imprese, da una parte, la possibilità di essere competitive sul mercato e, dall'altra, gli strumenti per essere efficaci e credibili nella gestione ecosostenibile delle risorse ambientali e del territorio.

La riforma della Pac per il settore del tabacco si può riassumere nei suoi due capisaldi: il disaccoppiamento degli aiuti (totale per la Regione Puglia) e il trasferimento del 50% degli aiuti riconosciuti ad ogni azienda, a partire dal 2010, al cosiddetto secondo pilastro (sviluppo rurale) per finanziare i programmi di ristrutturazione nell'ambito dei Psr.

Il disaccoppiamento totale stabilito per la Regione Puglia, come è noto, è stato accordato in funzione della scarsa competitività sui mercati dei tabacchi "levantini" prodotti nelle nostre aree e ciò rende del tutto evi-



**EPACA** *Coldiretti*  
il patronato  
per i servizi alle persone



## NOTIZIARIO EPACA

A cura di GIUSEPPE PASTORE

e-mail: epaca.le@coldiretti.it

### La nostra consulenza

#### INDEBITI PENSIONISTICI

L'Inps con circolare n. 31/2006 è ritornata sul dolente e complicato tema delle prestazioni pensionistiche indebite e sulle condizioni per la loro eventuale ripetibilità, compiendo una ricognizione anche alla luce della nuova normativa applicabile in materia.

Dalla circolare 31/06 si evince quanto segue:

- 1) Sono da valutare alla luce della L. 448/2001 solo gli indebiti ancora pendenti alla data del 01/01/2002 e maturati entro il 31/12/2000;
- 2) sono recuperabili solo gli indebiti che potessero ripetersi anche alla luce della legge 662/96 (indebiti per i quali il titolare godeva nel 1995) in caso di redditi superiori a 8.263,31
- 3) per gli indebiti pensionistici erogati dal 01/01/2001 in poi trova

applicazione l'art. 13 della legge 412/91.

Le condizioni previste dalla norma per la sanabilità dell'indebito (e dunque per la non ripetibilità da parte dell'Inps), sono le seguenti:

- a) Il provvedimento deve essere definitivo e deve essere stata fatta espressa comunicazione al pensionato;
- b) deve risultare essere viziato da errore di qualsiasi natura imputabile all'Istituto;
- c) l'indebita erogazione non deve essere dovuta a dolo del pensionato

Va preliminarmente rilevato che in ogni caso, anche quando non si può dar luogo al recupero di quanto indebitamente erogato, l'Inps ha sempre diritto alla rideterminazione del trattamento pensionistico, sulla base degli elementi conoscitivi acquisiti, ovvero della constatazione di un proprio errore.

Il diritto dell'Inps a ripetere le somme indebitamente pagate, si prescrive entro 10 anni a partire dal momento in cui è stato erogato l'importo poi risultato indebito, ovvero dalla data della comunicazione da parte dell'interessato, se le situazioni che lo hanno determinato dovevano essere comunicate dall'interessato all'Inps.

Concludiamo facendo rilevare che gli indebiti pensionistici successivi al 01/01/2001 e che risultino ripetibili da parte dell'Inps, possono essere recuperati mediante compensazione con crediti vantati dal pensionato nei confronti dell'Istituto, con trattenute sulle prestazioni, ovvero con pagamento in denaro.

L'IMPRESA SI RACCONTA

**Cresce il fenomeno dei farmers market. Ecco l'esperienza di un'impresa rurale di Copertino**  
**Bruno Rolli: "Gli ortaggi? Meglio acquistarli in azienda"**  
*"Da noi la gente risparmia e può constatare di persona la genuinità dei prodotti"*

In America nel giro di pochi anni sono passati da 300 a 3.700. E' un fenomeno in continua crescita quello dei farmers market (i mercati dei contadini), che in Italia sono diventati ormai una vera moda ed ora cominciano a diffondersi anche nel Salento. Tra i pionieri dalle vendita diretta degli ortaggi in azienda, **Bruno Rolli**, 39 anni, di Copertino, che assieme ai familiari si occupa dell'azienda fondata dal papà Giuseppe e dalla mamma Maria negli anni Cinquanta: circa 70 ettari in contrada Mollone, a 3 chilometri da Galatina. Una distesa di terra coltivata arricchita da una masseria del Seicento.

Dopo gli studi ed un'esperienza lavorativa a Pavia, Bruno torna in azienda e propone alcune innovazioni. Come ad esempio la conversione di diversi ettari di tabacco in ortaggi. E dallo scorso anno, la vendita diretta del prodotto fresco. "Mio padre aveva già esperienza di



La famiglia Rolli con i prodotti in vendita nell'azienda

gione a prezzi inferiori anche del 30 per cento rispetto al costo nei negozi. Una manna per gli acquirenti, ma anche un buon affare per l'imprenditore agricolo, che riesce

ad avere un ricarico superiore a quello che con molte difficoltà spunta dalla filiera convenzionale. Genuinità e convenienza sono dunque tra le ragioni principali del successo dei farmers market. Col-

diretti calcola che lo scorso anno sette italiani su dieci sono usciti da una visita in un'azienda agricola con almeno un acquisto. E nell'87 per cento dei casi che abbiano anche constatato la convenienza del-

la spesa in campagna.

"All'inizio c'era il timore di avere pochi clienti, perché l'azienda è un po' decentrata rispetto al centro cittadino - ammette Rolli - ed invece abbiamo notato che la gente viene da noi anche per il gusto di respirare aria pulita, oltre che per il piacere di acquistare roba genuina direttamente dalla campagna. C'è un ritorno alla terra, alla tradizione, alla genuinità, questo è un dato incontrovertibile", osserva l'imprenditore.

E poi in fattoria il cliente è sempre più coccolato che nel supermarket. "Se ci chiedono un chilo di pomodori non siamo mai fiscali, quel mezzo chilo in più viene sempre abbonato, e poi offriamo magari un altro prodotto gratis, anche per il gusto di farlo assaggiare al cliente", dice Rolli, che racconta come siano gli stessi clienti ad invogliarlo a creare un legame ancora più stretto tra acquisto e campagna. "Stiamo pensando di non fare trovare il prodotto già tagliato e lavato, ma di andare a raccogliarlo dai campi alla presenza del cliente. E' un modo per dare prova assoluta della freschezza dell'alimento, ma anche per far assaporare la bellezza della vita in campagna".

Per ora la vendita diretta nell'azienda Rolli riguarda prevalentemente ortaggi di stagione: cicoria catalogna, finocchi, rape, insalata in inverno, broccoli, carciofi, pomodori ed altre varietà in estate. "Ma c'è il progetto di vendere anche olio e soprattutto vino, visto che i nostri vigneti ricadono nell'area del doc Copertino. In questo mi darà una mano mia moglie Erica, che è sommelier".

La clientela è variegata. "Vengono le famigliole, ma anche l'impiegato che dopo tante ore d'ufficio ha voglia di respirare aria di campagna, e poi ho tanti amici musicisti ed artisti che sono ormai clienti affezionati". Certo, annota Rolli, le vendite sono più cospicue durante la fine settimana o nella stagione estiva. "D'inverno la situazione è meno vivace - dice - ma il prossimo anno con la vendita di olio e vino e magari di ulteriore prodotti contiamo di fidelizzare la clientela durante tutto l'arco dell'anno".

I benefici per il reddito aziendale ci sono, assicura Rolli. E poi la diffusione dei farmers market ha anche benefici ambientali. Gli economisti americani hanno recentemente studiato che con il sistema della distribuzione globale il cibo viaggia troppo, inquina, produce costi occulti che vengono pagati dalla collettività.

Con situazioni paradossali, come il viaggio dei pomodori siciliani che vanno a Napoli per il centro di raccolta del supermercato e poi tornano a Palermo per arrivare sui banconi di vendita. Un caso assurdo, segnalato da alcune associazioni dei consumatori, e che non riguarda di certo i farmers market.

Daniela Pastore



Lavori nel vigneto che ricade nell'area del doc di Copertino

vendita al mercato di Copertino - racconta - abbiamo così deciso di fare un ulteriore passo, e cioè di vendere direttamente in azienda".

La burocrazia per chi vuole vendere in fattoria non è complessa. "Basta una semplice comunicazione al Comune, almeno per quanto riguarda il prodotto fresco. Per il prodotto trasformato la normativa è un po' più articolata", spiega Rolli.

L'outlet in azienda permette ai consumatori di acquistare prodotti sicuramente più freschi rispetto ai punti vendita tradizionali. Vengono infatti eliminati i passaggi intermedi della filiera. Niente grossisti, niente prezzi imposti dalla grande distribuzione, niente ricarico dei piccoli dettaglianti. Con il risultato che si può offrire il prodotto di sta-



Campi coltivati ad ortaggi nell'azienda di Bruno Rolli



Gli ortaggi richiedono una cura quotidiana



## UniCredit Banca anticipa fino al 100% dei contributi PAC

Grazie all'esclusivo accordo con ISMEA più semplice  
l'accesso al credito per le imprese agricole

Gli imprenditori agricoli possono subito beneficiare di un anticipo a fronte dei contributi comunitari PAC - erogati nei prossimi cinque anni dall'AGEA o dagli organismi pagatori regionali - richiedendo il finanziamento UniCredit Banca per rendere disponibili in un'unica soluzione il 100% della somma complessiva cui hanno diritto.

Poter disporre da subito di un finanziamento che include il totale delle cinque annualità dei contributi è un'opportunità significativa per tutte le imprese agricole per pianificare gli investimenti e per rispondere ai propri impegni nel tempo.

### > IL FINANZIAMENTO

Il finanziamento proposto in esclusiva da UniCredit Banca è semplice da richiedere e veloce da ottenere. Non è richiesta alcuna spesa di istruttoria per la pratica creditizia e il tasso annuo per il rimborso è molto vantaggioso.

### > LA RICHIESTA DEL FINANZIAMENTO

Il finanziamento è richiedibile dagli agricoltori beneficiari di contributi comunitari (PAC) che hanno presentato la domanda di contributi nei termini indicati dalla legge attraverso il CAA (Centro di Assistenza Agricola) della propria Associazione di Categoria. Questa opportunità esclusiva di finanziamento è disponibile in tutte le Agenzie UniCredit Banca. Per conoscere quella più vicina e comoda basta consultare il sito [www.unicreditbanca.it](http://www.unicreditbanca.it).

Per maggiori approfondimenti è disponibile il numero verde di UniCredit Banca 800.88.11.77



UNICREDIT BANCA È AL SERVIZIO DELLE PICCOLE IMPRESE  
CON 1.500 CONSULENTI SPECIALIZZATI  
IN 2.700 AGENZIE E 270 CENTRI PICCOLE IMPRESE.

Vi aspettiamo in Agenzia.

www.unicredit.it | 800.88.11.77 | 02.4760111

**UniCredit Banca**  
Posso contarci.

## Bedoni: "La concertazione non sia limitata all'industria"

*Il presidente di Coldiretti chiede il coinvolgimento del mondo rurale nella progettualità del Governo*

Il nostro auspicio è che si realizzi un salto di qualità rispetto a un passato, anche recente, nel quale la concertazione è stata proposta e concepita come una pratica di gestione e di mediazione del conflitto sociale nei settori industriali, per lo più incentrata sui problemi salariali. È quanto ha affermato il presidente della Coldiretti Paolo Bedoni nella sua relazione al Consiglio Nazionale dell'Organizzazione degli imprenditori agricoli nel sottolineare che "naturalmente nessuno nega l'importanza di questi problemi, ma quello che non può più essere accettato in un'economia avanzata e ormai a forte connotazione post-industriale come quella italiana è che questo diventi l'unico asse di riferimento delle scelte di politica economica".

"L'abbaglio è duplice: primo per-



Il vino protagonista dell'agroalimentare

ché la concertazione non si può limitare a questo, ma deve avere un carattere propositivo e se possibile progettuale; secondo, la politica economica non può ridursi a mera politica industriale, a maggiore ragione se questa non ha contenuti innovativi e continua a sostenere settori e imprese sempre meno competitivi sul mercato globale in ragione della bassa capacità di innovazione. L'impianto di concertazione per cui noi ci siamo battuti in questi anni, e sul quale attendiamo di avere un confronto con il Governo, ha invece proprio come suo punto di forza una connotazione progettuale".

"Qui si pone l'esigenza di aprire un dialogo improntato alla massima chiarezza con il nuovo Governo. Per prima cosa da esso ci attendiamo una piena riconferma e il rilancio del metodo di concertazione progettuale che

ha nel Tavolo agroalimentare, in sede di Presidenza del Consiglio, il suo riferimento e il suo fulcro operativo. Con questa scelta, noi riaffermiamo la validità di alcuni presupposti. Il primo naturalmente è che la concertazione è un metodo di partecipazione delle forze sociali all'elaborazione di scelte che in ultima analisi attengono alla piena e autonoma responsabilità dell'autorità politica. Questo metodo non può limitarsi alla dimensione settoriale ma, per avere un senso, deve comunque e sempre estendersi a una visione generale, e quindi all'insieme della politica economica e sociale. Senza questa connessione, e soprattutto senza un impianto progettuale che la renda possibile, la concertazione vive di mediazioni e di emergenze e rincorre le situazioni e non le predefinisce".

### Uffici di zona di Coldiretti

*Gli indirizzi per contattare gli uffici di zona di Coldiretti:*

**CAMPI SALENTINA:** via A. Di Savoia, 7 - Tel./fax 0832.791512

**CASARANO:** via Villa Glori, 30 - Tel./fax 0833.502596

**GALATINA:** via A. Diaz, 94 - Tel./fax 0836.561021

**LEVERANO:** via della Consolazione, 32 - Tel./fax 0832.921084

**MAGLIE:** via Schilardi, 26 - Tel./fax 0836.484464

**NARDO':** via Sambiasi, 11 - Tel./fax 0833/567659

**SALICE SALENTINO:** Via Cialdini, 5 - Tel. 0832.733197

**TRICASE:** via F.lli Allatini, 12 - Tel./fax 0833.541889

### Come contattarci

Per annunci o interventi sul prossimo numero di *Terra Salentina*:

e-mail: [dapasto@libero.it](mailto:dapasto@libero.it),  
[lecce@coldiretti.it](mailto:lecce@coldiretti.it)  
tel. 0832.228830

(le segnalazioni devono  
pervenire entro il 4 luglio)

### "terra salentina..

Direttore responsabile  
**Saverio Viola**

Aut. Trib. Lecce n. 206 del 13/01/1978

Direttore editoriale  
**Giorgio Donnini**

Segreteria di Redazione  
**Fabio Saracino**

Sede  
Viale Grassi, 134 - 73100 Lecce

Stampa  
Cartografica Rosato - Lecce