



PERIODICO DELLA FEDERAZIONE
COLDIRETTI DI LECCE

Anno XXIX - Numero 9

..terra salentina..

NOVEMBRE 2006

– SPECIALE OLIO DI OLIVA –

Grande successo dell'iniziativa di Coldiretti Lecce il 30 novembre in piazza Sant'Oronzo **Petizione popolare, una valanga di consensi**

Raccolte oltre 600 firme per rendere obbligatoria l'origine in etichetta

Una battaglia a difesa dei consumatori a cui i consumatori hanno risposto massicciamente. Nello stand della Coldiretti, allestito nel cuore storico di Lecce, in piazza Sant'Oronzo, per un'intera giornata, giovedì 30 novembre, l'olio è stato il protagonista indiscusso. Uno stand stracolmo di profumatissimo novello made in Salento ha attratto i passanti che hanno aderito con entusiasmo alla petizione popolare avviata da Coldiretti perché diventi obbligatorio indicare in etichetta l'origine ed il luogo di molitura delle olive. Oltre 600 le firme raccolte in una sola giornata, dalle 10 alle 21, ma sono oltre mille quelle raccolte dalla federazione negli altri comuni della provincia.

Al sostegno dei singoli cittadini si è aggiunto quello di associazioni e personalità del mondo politico, istituzionale e della cultura. Tra i primi "supporter" della petizione la Federconsumatori ed il Movimento di difesa del cittadino. E poi, il sindaco di Lecce, **Adriana Poli Bortone**, l'onorevole **Leoluca Orlando**, l'as-



Lo stand allestito in piazza Sant'Oronzo

sessore regionale alle Risorse agroalimentari **Enzo Russo**, il consigliere regionale **Rocco Palese**, il vicepresidente della Provincia, **Loredana Capone**, l'assessore provinciale all'Agricoltura, **Co-**



Il presidente Vincenzo Tremolizzo dà il via alla petizione popolare

simo Durante, il difensore civico della Provincia, **Giacinto Urso**, il presidente della Camera di commercio, **Alfredo Prete**, il presidente della Confartigianato, **Corrado Brigante**, l'editrice **Grazia Manni**, il giornalista Rai **Marcello Favale**.

Messaggi a supporto dell'iniziativa anche dagli onorevoli **Raffaele Fitto** e **Rosario Giorgio Costa**, entrambi fuori per impegni istituzionali. Dunque, un sì corale a sostegno della legge 2004 del 3 agosto 2004 (che prevede l'obbligo di riportare nell'etichettatura degli olii di oliva vergine ed extravergine l'indicazione del luogo di coltivazione e di molitura delle olive), promulgata dopo una massiccia mobilitazione della Coldiretti, ma il cui iter è costellato di opposizioni, non ultima quella del mondo dell'industria agroalimentare che malvolentieri accetta regole che cercano di mettere in trasparenza la produzione made in Italy, pur beneficiando dell'immagine che il prodotto italiano ha nel mondo. Una mancanza di regole che ha lasciato varchi enormi all'ingresso di olive spagnole, greche, tuni-

sine nel mercato italiano, con ripercussioni dannosissime per i coltivatori. I consumatori hanno invece espresso il proprio sì incondizionato alla legge. "Il successo dell'iniziativa - commenta il presidente della Coldiretti, **Vincen-**

zo Tremolizzo - dimostra quale sia la sensibilità dei consumatori rispetto al tema del rapporto fra sicurezza e origine degli alimenti, così come ha recentemente dimostrato un'indagine Ispo curata da Renato Mannheimer, secondo la quale il 92 per cento degli intervistati ha dichiarato che dovrebbe essere sempre indicato il luogo di allevamento o coltivazione dei prodotti contenuti negli alimenti mentre l'80 per cento ha dichiarato che se un

gatoria dimostra come siano assolutamente convergenti gli interessi dei consumatori con quelli di un'agricoltura attenta alla salute dei cittadini ed alla salvaguardia e tutela dell'ambiente ed alla promozione del territorio".

Tremolizzo ha poi ringraziato "tutti coloro che hanno voluto sostenere l'iniziativa, ed in particolare il mondo politico, istituzionale e le associazioni che hanno dimostrato sensibilità, vicinanza e condivisione delle battaglie della Coldiretti".

L'olio salentino dovrà dunque diventare sempre più l'ambasciatore del Salento nel mondo. Della sua bontà ne hanno avuto una dimostrazione i seicento firmatari della petizione, a cui è stata offerta una degustazione di profumato, fragrante, sapido novello appena spremuto, spalmato su fette di pane casereccio. Un binomio, pane e olio, che esprime a pieno la poesia e la genuinità del Salento, che riporta indietro nel tempo, alla scoperta di sapori che non tramonteranno mai. Per questo, la battaglia della Coldiretti diventa la battaglia di un intero territorio. La federazione ha coinvolto tutti i sindaci della provincia, chiedendo di esprimere l'adesione all'iniziativa attra-



Gli olii extravergine made in Salento in vetrina durante la manifestazione

prodotto alimentare è italiano è più sicuro ed ispira maggiore fiducia".

"L'olio d'oliva rappresenta il prodotto principe dell'economia salentina - aggiunge Tremolizzo - e questa battaglia di civiltà sull'etichettatura d'origine obbli-

verso una delibera ed invitando gli enti comunali a scendere in campo per la tutela delle produzioni locali. Solo facendo quadrato attorno alla difesa dell'identità territoriale si può infatti tentare di fronteggiare la sfida della globalizzazione.



La Coldiretti di Lecce
augura ai lettori
di "Terra Salentina"
un sereno Natale
ed un felice Anno Nuovo

SPECIALE OLIO DI OLIVA

Extravergine, non passa lo straniero

Una bottiglia su due contiene prodotto realizzato con materia prima estera. Ma la Coldiretti dice basta

L'olio italiano? Buono! Ma forse dovremmo dire "buono". Già, perché sugli scaffali dei supermercati è straniero l'olio di oliva contenuto quasi in una bottiglia su due, ma ai consumatori viene presentato come italiano perché sulle etichette non è obbligatorio indicare l'origine delle olive ed è quindi possibile "spacciare" come Made in Italy miscugli di olio di olive spagnole, greche e tunisine.

Sono queste le ragioni della mobilitazione avviata dalla Coldiretti nel mese di novembre in tutta Italia con la raccolta di firme per rendere obbligatorio indicare in etichetta l'origine dell'olio di oliva. Iniziativa per la quale sono giunti consensi bipartisan dal mondo politico, ma anche il deciso sostegno delle associazioni dei consumatori, di quelle ambientaliste e delle imprese come Wwf, Lipu, Legambiente, Symbola, CdG, Vas, Club Papillon, Federconsumatori, Adusbef, Adoc, Codacons, Movimento difesa del cittadino e Aiab. Una mancanza di trasparenza che pesa sulla raccolta delle olive in corso in tutta Italia che prevede per il nuovo anno un calo del 4% nella produzione nazionale che raggiungerà, secondo i dati Ismea, appena 6,3 milioni di quintali mentre si registra un

lità del Made in Italy sui mercati esteri servono scelte di trasparenza con l'obbligo di indicare in etichetta l'origine delle olive impiegate nell'olio commercializzato, come peraltro - ha affermato il presidente della Coldiretti **Paolo Bedoni** - abbiamo chiesto per tutti gli alimenti con la nostra iniziativa di legge popolare che ha portato all'approvazione della legge

entusiasta alla campagna di raccolta firme per l'etichettatura di origine obbligatoria dell'olio di oliva. All'ombra dei 22 metri dell'obelisco di Psammetico II, in piazza Montecitorio a Roma, oltre un migliaio di imprenditori agricoli della Coldiretti giunti da tutta Italia e in particolare da Marche, Puglia, Lazio, Toscana, Umbria, Abruzzo e Calabria, hanno

retti, anche la presenza di centinaia di studenti delle scuole romane che hanno potuto assistere a una lezione all'aria aperta sul ciclo dell'olio d'oliva, dalla produzione alla lavorazione fino alla degustazione e al consumo consapevole, con particolare attenzione alle virtù salutari di questo alimento principe della dieta mediterranea e ambasciatore tra i più importanti del made in Italy nel mondo. I ragazzi hanno potuto soddisfare la loro curiosità e apprendere direttamente dai produttori, in una cornice molto speciale, sia i segreti della produzione di un alimento tanto importante, sia come riconoscere l'olio di qualità, come apprezzarne al meglio caratteristiche organolettiche e valori nutrizionali e salutistici. Nell'angolo degli assaggi, assieme alle bruschette condite con olio nuovo appena spremuto, molto apprezzate sono state le degustazioni di olive fritte Termiti di Bitetto. Ricca la parte espositiva organizzata da Coldiretti in piazza Montecitorio, dalle varietà di olive giunte dalle diverse parti d'Italia, ma anche tutti e 37 gli oli italiani a denominazioni di origine europea (DOP e IGP) che rappresentano un patrimonio di eccezionale valore per l'Italia. Grande curiosità hanno riscosso gli esempi di prodotti non alimentari a base di olio d'oliva dai cosmetici, alle creme per la pelle, ai saponi. L'olio fa bene alla salute, questo uno dei messaggi lanciati dalla Coldiretti ai visitatori dell'oliveto in piazza Montecitorio che apprezzando le degusta-



204 del 2004 con il sostegno di un milione di cittadini-consumatori, rappresentanti istituzionali, associazioni dei consumatori e ambientalisti. L'Italia - continua Coldiretti - è il secondo produttore europeo di olio di oliva con una produzione nazionale media di oltre 6 milioni di quintali, due terzi dei quali extravergine e con 37 denominazioni (Dop) riconosciute dall'Unione Europea, che sviluppano un valore della produzione agricola di circa 2 miliardi di euro e garantiscono un impiego di manodopera per circa 50 milioni di giornate lavorative. Negli ultimi anni si è avuto un trend di crescita nei consumi, soprattutto per oli extravergini, Dop e biologico e si stima un consumo nazionale di 14 kg/pro-capite, circa 850.000 tonnellate medie annue. Dal punto di vista commerciale le importazioni comprese tra 400 e 480mila tonnellate (-16,1 per cento nei primi sette mesi del 2006) superano le esportazioni pari a 300-350mila tonnellate (-12,9 per cento nei primi sette mesi del 2006).

Insomma, l'olio italiano ha tutti i numeri per primeggiare in Europa. E per dimostrarlo, cinquemila bruschette con fiumi d'olio - ottenuti da mille chili di olive spremute per la prima volta a due passi dal Parlamento - sono state offerte a parlamentari, esponenti di associazioni dei consumatori e comuni cittadini. Una giornata nazionale dedicata all'olio italiano organizzata dalla Coldiretti che ha raccolto un'adesione

realizzato uno spettacolare oliveto per far conoscere la qualità e la varietà della produzione nazionale olearia. Dai dieci magnifici olivi, carichi di verdi frutti che sono stati raccolti nelle reti stese sugli "illustri" sampietrini della Capitale e poi spremuti in un autentico frantoio, è stato prodotto, per la prima volta a due passi dal Parlamento, un extravergine fresco, profumato e saporitissimo che ha condito le bruschette che sono state offerte a centinaia di romani e di turisti, ma anche a rappresentanti del governo, a parlamentari e ai rappresentanti delle Associazioni che hanno aderito all'iniziativa della Coldiretti (Wwf, Lipu, Legambiente, Symbola, CdG, Vas, Club Papillon, Federconsumatori, Adusbef, Adoc, Codacons, Movimento difesa del cittadino e Aiab). In moltissimi hanno espresso il loro consenso e il convinto appoggio sottoscrivendo la petizione popolare per chiedere l'applicazione della norme che obbligano a indicare in etichetta l'origine dei prodotti. "Basta 'spacciare' ai consumatori l'olio tunisino, greco e spagnolo come italiano" il messaggio in un cartello. In un altro "Difendiamo il cittadino consumatore con l'etichettatura obbligatoria" e "Tolleranza 0 contro il falso made in Italy". E poi ancora in alcuni striscioni i messaggi in difesa della salute: "Mamma firma con noi per la sicurezza di tuo figlio", "L'origine è sicurezza, mangiamo italiano". A rendere speciale la giornata, fortemente voluta dalla Coldi-

In piazza Montecitorio realizzata una mini filiera dell'olio. Consumatori e parlamentari hanno apprezzato il vero made in Italy

contestuale incremento record del 32% di quella spagnola per un totale di 10 milioni di quintali. Il mercato nazionale rischia dunque di "affogare" in un mare di olio iberico senza che i consumatori possano fare scelte di acquisto consapevoli perché le norme attualmente in vigore sull'etichettatura lasciano la possibilità di commercializzare olio ottenuto da miscele di origine diversa senza che questo venga indicato chiaramente in etichetta.

Una perdita di valore per la produzione nazionale, tanto che le olive in campo vengono pagate meno di un terzo dei prezzi versati dai consumatori al supermercato. Una situazione che mette a rischio gli oliveti italiani che possono contare su 250 milioni di piante, molte delle quali secolari. "Per non mettere a rischio la credibi-

Il prodotto nazionale registra un calo del 4 per cento mentre l'olio spagnolo segna un incremento del 32 per cento

zioni di olio "fresco" hanno potuto conoscerne anche sul piano scientifico l'importante valore nutrizionale e terapeutico dovuto alla presenza di una maggiore quantità di sostanze antiossidanti e a una minore acidità che combatte l'invecchiamento dell'organismo e favorisce l'eliminazione delle scorie metaboliche.

E come Roma anche Lecce (servizio in prima pagina) è scesa in campo per dire "no" all'olio straniero spacciato come made in Italy. Una serie di manifestazioni corali che hanno attraversato da nord a sud l'intera Italia, con Coldiretti ancora una volta accanto ai consumatori nella difesa strenua della qualità e della salubrità di ciò che portiamo a tavola.



OBIETTIVO IMPRESA *Rubrica del direttore della Coldiretti Lecce*

Olio di oliva, una battaglia di civiltà

Il primo marzo del 2003, la Gazzetta Ufficiale pubblicava un comunicato della Corte Suprema di Cassazione in cui si annunciava la intenzione della Coldiretti di promuovere una proposta di legge di iniziativa popolare sulla indicazione obbligatoria nell'etichettatura dell'origine dei prodotti alimentari. Partì da quel momento una massiccia mobilitazione sul territorio della nostra Organizzazione che portò alla raccolta di oltre un milione di firme a sostegno della proposta che trovò, fra l'altro, il pieno consenso di Associazioni dei Consumatori, Associazioni Ambientaliste ed altre ancora.

La proposta di legge trovò una concretizzazione, seppure parziale, nella emanazione del decreto legge n. 157 del 24 giugno 2004 che recava disposizioni urgenti per la etichettatura di alcuni prodotti agroalimentari e che fu convertito dal parlamento nella Legge 204 del 3 agosto 2004. Proprio nella fase di conversione in legge, grazie all'azione incessante di Coldiretti nei confronti di quasi tutti i gruppi parlamentari, si riuscì a introdurre 2 articoli, l'1-bis che prevedeva l'obbligo di indicare il luogo di origine e provenienza della materia prima agricola utilizzata sulla etichetta di prodotti alimentari posti in vendita e l'1-ter che, in maniera specifica, prevedeva l'obbligo di riportare nella etichettatura degli oli di oliva vergini ed extravergini la indicazione del luogo di coltivazione e di molitura delle olive, al fine di assicurare una migliore informazione ai consumatori e prevenire i fenomeni di contraffazione.

Purtroppo l'iter di questa legge è stato travagliato sin dal primo momento ed ostacolato dal settore della trasformazione industriale che, notoriamente, mal volentieri accetta regole che cercano di mettere in trasparenza una produzione, quella agroalimentare, che finora ha potuto beneficiare dell'immagine che il prodotto italiano ha nel mondo, per spacciare come italiani prodotti che invece hanno origine da materia prima proveniente da paesi comunitari ed extra comunitari.

Ed è proprio questo il caso dell'olio d'oliva, dove una bottiglia su due sugli scaffali dei supermercati è prodotta con olive che provengono da Paesi quali la Tunisia, la Spagna o la Grecia, ma viene bellamente venduto come olio italiano, con grande

spregio del diritto del consumatore ad acquistare in maniera consapevole e scegliere fra un prodotto **veramente italiano**, e uno straniero.

L'ostruzionismo opposto alla legge 204 da parte degli industriali italiani, trovò da subito un valido supporto nella burocrazia della Unione Europea che, mentre a volte si distingue per gli atteggiamenti ipergarantisti nei confronti dei consumatori (vedi normative in materia di igiene e sanità), altre volte, ed è questo il caso dell'etichettatura dell'origine dei prodotti agroalimentari, non esita a sbandierare ipotetici attentati alla libera concorrenza, anche in spregio a legittimi diritti dei cittadini consumatori, quando c'è da salva-

guardare i soliti interessi lobbistici.

Purtroppo la mancanza di trasparenza nelle etichette pesa enormemente sul comparto olivicolo italiano e salentino in particolare, quest'anno alle prese sia con un generalizzato calo di produzione, che si sta accentuando negli ultimi giorni a causa della persistente siccità, e sia con un calo di prezzi, entrambi fattori che preludono ad un massiccio ingresso in Italia di olio straniero (in particolare spagnolo, dove si registra un incremento di produzione superiore al 30% rispetto all'anno scorso) che il consumatore non riuscirà a distinguere rispetto all'olio italiano.

Con queste premesse, credo per-

tanto che la battaglia che Coldiretti sta conducendo anche per l'obbligo di etichettatura di origine per l'olio d'oliva sia una battaglia di civiltà, che va sia nella direzione di tutelare il consumatore che di salvaguardare un comparto importante della nostra economia.

Così come è stato fatto per la carne bovina e per quella di pollo, per l'ortofrutta, per il miele, per il latte fresco, per le uova e per la passata di pomodoro, ci auguriamo che non si aspetti il verificarsi di una emergenza alimentare per dare all'olio vergine ed extravergine d'oliva italiano quella dignità che si merita e che ne fatto finora il vero ambasciatore del made in Italy nel mondo.

Dall'antipasto all'amaro, vai col falso

Nel mondo è taroccato un menu italiano su tre



Il presidente Bedoni con un cesto di prodotti taroccati

Fare la spesa oggi sul mercato globale può significare riempire la nostra tavola di prodotti apparentemente "made in Italy", ma che in realtà nulla hanno del nostro Paese, tranne che l'immagine o il tricolore in etichetta o il nome che ricorda il meglio dell'italica enogastronomia. E' quanto afferma la Coldiretti in riferimento all'esposizione allestita a Napoli in occasione del Meeting dei Presidenti dell'Organizzazione nella quale hanno fatto "bella" mostra i casi più eclatanti e curiosi di cibi italiani taroccati scovati dalla Coldiretti nei diversi continenti, dall'Europa all'Asia, dall'Oceania all'America, e che fanno sì che nel mondo un menu italiano su tre sia taroccato. L'ipotetico e sventurato banchetto - sostiene la Coldiretti - potrebbe aprirsi con stuzzichini a base di mozzarella prodotta con latte di vacca del Minnesota o australiano o di Parmesan (o Parmesan) di quasi tutte le provenienze del mondo, ma che certamente nulla ha a che fare con le brume della Padania. Il primo piatto - prosegue la Coldiretti - si concretizza in una bella porzione di spaghetti alla bolognese, ma attenzione, la pasta viene dalla Germania e il ragù, dove non è presente carne, ma soltanto basilico, dall'Estonia. E se proprio si è vegetariani anche di etichetta, e non solo di contenuto, la salsa da impiegare può essere la magnifica "Contadina - Roma style tomatoes" proveniente dai migliori supermercati della California o i "Pomodorini di collina" inscatolati in Cina e pubblicizzati in una nota manifestazione fieristica parigina. A questo punto nessuno si scandalizza più - segnala la Coldiretti - se sulla pasta aggiungiamo un po' di Pecorino, anch'esso di provenienza orientale (Shanghai), ma che stupisce per la raffigurazione di una ridente vacca pezzata. Per il secondo, la casa consiglia tre prelibatezze casearie: la Ricotta "perfect italiano" realizzata in Australia, il Provolone prodotto nel Wisconsin (Usa) e la Caciotta cinese. Sull'insalata di contorno - insiste la Coldiretti - si può far scendere, goccia a goccia, un po' di Aceto balsamico di Modena di produzione rigorosamente teutonica e abbondante olio extravergine d'oliva Romulo che fa dei gemelli Romolo e Remo in etichetta, impegnati a ciucciare il latte della Lupa, i fondatori di... Madrid, vista la provenienza iberica del prodotto. Se siete ancora in forma dopo un'abbondante bevuta di Classico Caberlot prodotto da uve rumene - conclude la Coldiretti - si può facilitare la digestione con un ottimo Amaretto Venezia. Il prodotto, in barba alla città lagunare, è tedesco, ma la forma della bottiglia ricorda inequivocabilmente quella, unica al mondo e questa sì di origine veneziana (Murano), del più noto Amaretto nato nel comune varesino di Saronno.

Alla scoperta di una delle cantine cooperative più attive del Sud Salento

Ozan, l'olio che ammalia i turisti

Giganti macchine per la molitura lavorano in questi giorni a pieno ritmo, mentre nel magazzino si accumulano enormi casse di olive appena raccolte. Siamo nell'oleificio della Cantina Cooperativa Ozan, due chilometri fuori dal centro abitato di Ugento, sul rettilineo che porta a Torre San Giovanni, una lunga lingua d'asfalto immersa negli splendidi oliveti del Sud Salento.

Ozan è una delle realtà cooperative più imponenti della provincia, con 500 soci, una quantità media di olive molite che oscilla dai 25mila ai 35mila quintali negli anni di carica, per circa 10mila quintali di prodotto. Un punto di riferimento assoluto per i coltivatori dell'hinterland a partire dal 1985, anno in cui la cantina vinicola fondata nel 1973 (della quale conserva la denominazione) venne convertita in oleificio. "Fu un passaggio necessario, visto che lo svellimento massiccio dei vigneti aveva depauperato l'area dal punto di vista vitivinicolo", spiega **Michele Preite**, da 22 anni alla guida delle cooperative.

Dunque, 24 anni nel segno della molitura, suggellati dalla decisione forte, e condivisa all'unanimità dai soci, di puntare dritto verso la qualità.



Il presidente Michele Preite

L'olio extravergine "Ozan", 0,7 gradi di acidità, viene venduto a non meno di 5 euro al litro, anche se il gioiello di casa è "Ozantino", un extra-vergine delicatissimo dai riflessi verde-oro che non supera i 0,4 gradi, esposto in bella mostra nelle strutture ricettive delle marine del Sud Salento, assieme agli olii aromatizzati al peperoncino,

all'aglio, al rosmarino, ai funghi, all'origano. Prelibatezze made in Salento per le quali la cooperativa cerca da più di un lustro un mercato d'élite. "Abbiamo fatto la scelta forte di



Le macchine della cooperativa lavorano a pieno ritmo sino a maggio

escludere dal nostro raggio d'interesse la grande distribuzione - precisa Preite - perché non vogliamo accettare la competizione a ribasso. Sugli scaffali degli ipermercati si trova olio a 2,99 euro al litro. Extra-vergine? Sì, ma ottenuto con tanti passaggi di raffinazione da renderlo in realtà tutt'altra cosa rispetto al nostro prodotto, che è salubre e genuino".

Per fare un buon olio, insiste Preite, c'è una soglia al di sotto della quale il prezzo non può scendere. Perché per curare la qualità sono necessari alcuni passaggi ed accorgimenti che chiedono tempo, manodopera, investimenti. Ed a quel punto il prodotto va venduto ad un certo prezzo, come sanno ben fare in Toscana. Un principio che ancora non trova un fronte compatto tra i produttori del Salento, allarga le braccia il dirigente: "I produttori leccesi non sono capaci di dire: tengo l'olio fermo in giacenza ma ad un prezzo misero non lo vendo. Questo discorso purtroppo sono solo in pochissimi a farlo. Così, tra tanta offerta di olio, c'è chi lo cede a prezzi ridicoli, magari senza neanche rientrare nei costi, e per giunta rovinando il mercato".

Un errore che di certo non commettono i produttori di aree d'eccellenza, come la Toscana, i cui imprenditori continuano però a scendere nel Salento (e nella stessa cooperativa Ozan) a

riempire i tir di lampante, che poi raffinano e vendono a caro prezzo in tutto il mondo. "Olio che deve essere però consumato entro sei mesi, perché dopo tanti passaggi di lavorazio-

ne irrancidisce subito, mentre il nostro, quello fatto bene ed in modo naturale, può durare anni".

Cosa manca all'olio salentino per decollare? "La coesione tra i produttori, e questa è una cantilena che ci ripetiamo da anni, ma anche un'azione forte delle istituzioni per lanciare, pro-

aderisce con entusiasmo: "E' il primo importante tassello per poter far decollare la nostra produzione. La concorrenza estera è ormai spietata. Ed allora puntare su un made in Italy certificato è l'unica vera carta vincente. Ci saranno anche le firme dei soci della cooperativa tra quelle che raccoglierà la Coldiretti", assicura.

In questi giorni l'oleificio lavora a pieno ritmo. "Abbiamo aperto i primi di novembre ed andremo avanti sino a maggio. Con le prime piogge il ritmo di lavoro diventerà rutilante: arriviamo a molire sino a 1500 quintali al giorno. Dopo febbraio il ritmo rallenta ed a marzo e maggio lavoriamo con 40, 50 quintali al giorno". Nella struttura è stato allestito uno spaccio per la vendita al dettaglio, con teche ricolme di olio extra-vergine, ma anche di vino locale e prodotti tipici. E poi ogni anno, ad agosto, per un giorno il grande piazzale antistante alla cooperativa si trasforma in un'oasi per bongustai, con la sagra dell'olio d'oliva che attira centinaia di turisti e residenti da tutto il Salento. Certo, ribadisce Preite, si potrebbe fare di più e meglio. "A volte mi scoraggio per come vanno le cose - ammette - perché vedo che no-



L'olio Ozan in vendita nello spaccio aziendale

muovere l'immagine delle nostre produzioni. L'olio toscano è tutt'uno con la promozione dell'intero territorio toscano nel mondo. Qualcosa di analogo deve essere fatto per il Salento".

All'iniziativa della raccolta firme della Coldiretti per l'indicazione obbligatoria in etichetta della provenienza delle olive la cooperativa Ozan

nonostante le potenzialità non riusciamo a fare sistema, ad aggregarci, ad agire secondo un unico piano ben orchestrato. E' un peccato perché l'olio potrebbe davvero essere la ricchezza del Salento. Ma se ciascuno continuerà a fare di testa propria, ad improvvisare, non andremo da nessuna parte. Questo è sicuro". (d.p.)

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,
lecce@coldiretti.it
tel. 0832.228830

(le segnalazioni devono pervenire entro il 20 dicembre)

Visita il nostro sito
www.lecce.coldiretti.it

"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