



PERIODICO DELLA FEDERAZIONE  
COLDIRETTI DI LECCE

# ..terra salentina..

Anno XXXII - Numero 2

FEBBRAIO 2009

Marini riconfermato alla guida di Coldiretti con un consenso plebiscitario. Ecco il suo programma  
**“Pronti ad una filiera tutta italiana”**

**S**ergio Marini, 44 anni, guiderà per i prossimi quattro anni la Coldiretti che con un milione e mezzo di associati è la maggiore organizzazione agricola in Italia e in Europa. Lo ha stabilito l'Assemblea elettiva dei delegati giunti a Roma dalle campagne di tutte le regioni italiane, che lo ha eletto con il 99 per cento dei voti.

Laureato in agraria con il massimo dei voti, Marini conduce un'impresa florovivaistica in serra, con piante ornamentali e seminativi in Umbria. Coniugato, due figli di 17 e 12 anni, ha assunto il primo incarico in Coldiretti nel 1984 come Delegato provinciale del movimento giovanile di Terni. Dal 1997 al 2008 è stato presidente di Coldiretti Umbria, dal 2001 sino al 2007 Vicepresidente Nazionale e dal 9 febbraio 2007 Presidente nazionale. Il quinto presidente della storia della Coldiretti continuerà, dunque, a guidare una forza sociale che rappresenta le imprese agricole radicate sul territorio con 19 Federazioni regionali, 97 Federazioni provinciali e interprovinciali, oltre 724 uffici di zona e 5.668 sezioni periferiche che sono il riferimento della maggioranza assoluta delle imprese agricole italiane.

L'Assemblea ha eletto anche la nuova Giunta che risulta composta da Nino Andena (vicepresidente), Massimo Gargano (vicepresidente), Genaro Masiello (vicepresidente), Mauro Tonello (vicepresidente), Tulio Marcelli, Giorgio Piazza, Pietro Salcuni (presidente di Coldiretti Puglia), Marco Antonio Scalas.



## “COOPERATIVISMO, FARMERS MARKET, AGROENERGIE, TRACCIABILITÀ, GUERRA ALLE FRODI”

“**I**ncoraggiare i giovani a diventare agricoltori”, “sostenere l'agricoltura locale” e “promuovere sistemi agroalimentari regionali”, assicurare “trasparenza sui prezzi”, “promuovere le energie rinnovabili” e “sostenere microprogetti nelle campagne”, “estendere l'obbligo di indicare l'origine degli alimenti in etichetta per consentire di distinguere il proprio prodotto da quello importato”. E ancora “assicurare la copertura della banda larga nelle aree rurali”, “migliorare le infrastrutture nelle campagne” e “strade, strutture idrauliche”. Sono le testuali parole estratte dal programma del neo presidente degli Stati Uniti Barack Obama pubblicato sul sito della Casa Bianca e lette dal presidente della Coldiretti, **Sergio Marini**, all'assemblea elettiva della principale organizzazione agricola italiana ed europea dove ha sottolineato come questo sia “il modo con cui gli Stati Uniti pensano di superare la profonda crisi economica delle famiglie americane e di dare prospettive agli agricoltori”. “Il modello agricolo per cui noi ci battiamo da anni è, dunque - ha precisato Marini - la ricetta messa in campo dal governo della più grande democrazia e potenza economica del mondo. Ecco, mi piacerebbe dire, con un pizzico di orgoglio italiano, che questa volta siamo arrivati prima noi”. “I prezzi dei nostri cereali, del nostro

olio, della nostra carne e del nostro latte, della nostra ortofrutta e del nostro florovivaismo, del nostro vino e dei nostri formaggi - ha precisato il presidente Marini, riconfermato al timone di Coldiretti dall'assemblea con un consenso plebiscitario - non sono troppo bassi per la crisi. Certo la crisi avrà ripercussioni, ma non è questo il punto. I prodotti alimentari continuano ad essere acquistati e ben pagati dai consumatori”, ha ribadito Marini.

“Lo dimostra il fatto che nei primi dieci mesi del 2008, le esportazioni dell'agroalimentare italiano sono quelle con un segno positivo più alto e che i consumi alimentari interni, a differenza di altri settori, sono gli unici che complessivamente

abbiano retto”. Se fosse la sola crisi a dettare le regole, ad esempio, nel caso della pasta crollerebbero prima i consumi, poi i prezzi e solo dopo il valore dei cereali. “Qui è accaduto l'opposto, anzi il contrario dell'opposto: c'è difficoltà nelle famiglie e, dunque, il prezzo della pasta è aumentato con conseguente crollo dei cereali. Assurdo. Altro che effetto crisi sull'agricoltura. E' come se dicessi c'è il sole pertanto piove dunque lascio a casa l'ombrello. La questione, la vera questione agricola, quella dei bassi prezzi dei nostri prodotti - ha sostenuto Marini - risiede nel fatto che a noi non arriva niente perché non abbiamo potere contrattuale sulla filiera. Una volta è la trasformazione,

una volta l'intermediazione, una volta la grande distribuzione. Sta di fatto che c'è sempre qualcuno a dettare le regole. Qualcuno che sa ben vendere la fiducia e la qualità che noi abbiamo prodotto, ma che ha imparato ad incartare, con la stessa fiducia, barattoli “anonimi”. Di questo siamo perfettamente consapevoli e per questo, anzi contro questo, abbiamo lavorato, stiamo lavorando e ritengo dobbiamo lavorare in futuro”.

“La nostra agricoltura - ha continuato Marini - produce maggior valore aggiunto per ettaro di quelle di tutti gli altri Paesi e la dimensione ridotta delle nostre imprese, anziché essere un limite per la nostra com-

(Continua a pagina 2)

### Coopcoldiretti

#### Vertice a Bari con Marini



■ a pagina 2

### La cooperativa

#### L'Oleificio di Casamassella



■ a pagina 5

### Farmers Market

#### Gli agricoltori seducono la Bit



■ a pagina 6

## "Sì alla filiera italiana"

petitività, potrebbe diventare un vantaggio. Se ne sono accorti i giornali, e presto forse ne prenderanno maggior coscienza anche gli economisti e gli studiosi e i decisori politici, sottolineando come il nostro settore mostri una forte capacità di resistenza alla congiuntura, ricollegandolo ad un sistema di imprese decisamente più piccole rispetto a quelle delle altre economie.

Ha poi puntato il dito contro il falso made in Italy. "Come è accaduto per la speculazione sugli immobili, piuttosto che sull'energia, o sul prezzo dei cereali, potrà accadere che la stessa bolla del finto made in Italy all'improvviso si sgonfi e quel giorno le imprese, e noi ci sentiamo tra queste, che avranno operato con correttezza, che avranno costruito percorsi innovativi di rapporto con il consumatore, avranno solo che da guadagnarci". Marini fa riferimento al "tentato commercio di quelle mille tonnellate di cibo avariato e scaduto e pronte a essere messe in commercio, sequestrate dai Nas", ma anche a "quell'olio incartato di italianità che più non si può, e che non siamo riusciti a capire né da dove viene e neanche con cosa è fatto".

Che dire poi dei prezzi? Sono una rapina prolungata, ha urlato Marini. "L'agricoltura italiana si trova in una strana condizione: è come se fossimo una squadra che gioca uno splendido calcio, ma che fa una fatica estrema ad arrivare in

area, ossia direttamente al consumatore. Quando ci arriva però il goal è assicurato e allora questo è il momento di creare le condizioni per fare goal, con sempre maggior continuità". E aggiunge che "abbiamo fatto una scelta rischiosa, ma al tempo stesso doverosa e inevitabile: portarci la filiera in casa. Vi sono infatti le condizioni obiettive per creare una filiera tutta agricola e tutta italiana. Una filiera più trasparente perché firmata, più onesta perché agricola e più pulita perché italiana. Ed allora, ecco le cose che noi dobbiamo fare, la nostra parte di lavoro." Ecco dunque gli impegni elencati dal presidente confederale.

- Dobbiamo innanzitutto riorganizzare le filiere agroalimentari del nostro Paese, con un forte investimento su Consorzi agrari e cooperative, con una attenzione particolare alle aree del Sud e a quelle meno organizzate del Paese, questa fase sarà il perno sul quale ruoterà la nuova filiera tutta agricola, tutta italiana e firmata dagli agricoltori. Il prossimo 30 aprile Coldiretti riunirà a Roma al Palalottomatica tutta la dirigenza delle cooperative aderenti a Coopcoldiretti, dei Consorzi agrari di Assocap, dell'associazioni I mercati di Campagna amica e presenterà il progetto operativo per la nuova rappresentanza di filiera e per più concorrenza nell'agroalimentare.

- Occorre moltiplicare il numero di mercati di Campagna amica, in ogni sede e luogo ove ciò sarà



Coldiretti dice basta ai prodotti venduti come made in Italy

possibile. Campagna amica è una formidabile occasione per aggiungere concorrenza ad un sistema ingessato da anni. I mercati di Campagna amica, non solo sono una occasione di mercato per tante nostre imprese, ma anche e soprattutto un modo per far conoscere, apprezzare e riconoscere, al mondo, l'agricoltura italiana e le sue distintività, sono il miglior veicolo promozionale per il made in Italy e per il marchio che lo contraddistinguerà. Campagna amica, dunque, è un investimento nel futuro per tutti, soprattutto per chi opera nella cosiddetta filiera lunga che ne dovrà essere il primo sostenitore e promotore. L'obiettivo è di far nascere i primi 1000 mercati di Campagna Amica nei prossimi mesi.

- Occorrerà poi aprire un con-

fronto di pari dignità con la distribuzione in Italia e all'estero per ragionare su un modo diverso di trattare il "vero Made in Italy" alimentare.

- Dovremo infine prestare attenzione su quei percorsi di accompagnamento richiesti alla politica, sia rispetto ai grandi temi: i contenuti del prossimo G8, i temi relativi a controlli ed etichettatura, la rideduzione del bilancio Ue; sia rispetto alle questioni che hanno oggi assunto una valenza emergenziale, e sulle quali aspettiamo un intervento rapido di Governo e Parlamento: il rifinanziamento del fondo di solidarietà, la fiscalizzazione dei contributi agricoli, l'Ici sui fabbricati rurali, le azioni per fronteggiare le crisi di mercato. ■

## Vertice a Bari di Coopcoldiretti "Uniti contro l'agropirateria"



“Per acquistare alimenti le famiglie pugliesi spendono in media 480 euro al mese che finiscono per il 60 per cento alla distribuzione commerciale, per il 23 per cento all'industria alimentare e solo per il 17 per cento all'agricoltura. I prezzi aumentano in media quasi cinque volte dal campo alla tavola e esistono, dunque, ampi margini da recuperare, con più efficienza, concorrenza e trasparenza, per garantire acquisti convenienti alle famiglie e sostenere il reddito degli agricoltori in un momento di difficoltà economica”. E' quanto ha dichiarato il presidente nazionale della Coldiretti, **Sergio Marini**, a Bari in occasione della convention delle cooperative aderenti a Coopcoldiretti Puglia, a cui hanno partecipato un migliaio di rappresentanti di imprese agricole e cooperative della Puglia.

“Qui non c'entra né la crisi mondiale né altro, si tratta semplicemente di una prolungata rapina – ha scandito il presidente Marini – che dobbiamo fermare e le oltre 200 cooperative pugliesi, che condividono gli obiettivi che Coopcoldiretti Puglia si è prefissata, sono il perno attorno al quale ruoterà il nostro progetto per una filiera tutta agricola, tutta italiana e firmata dagli agricoltori che coinvolge imprese agricole, mercati degli agricoltori e cooperative”.

I numeri di Coopcoldiretti Puglia sono ragguardevoli: oltre 200 cooperative, 13.000 soci e un valore totale della produzione pari a 820 milioni di euro. L'obiettivo è quello di far uscire dall'anonimato oltre la metà del-

la spesa alimentare degli italiani, per la quale non è ancora obbligatorio indicare in etichetta la provenienza del prodotto agricolo.

“Con le mobilitazioni degli ultimi anni – ha ricordato il presidente della Coldiretti Puglia, **Pietro Salcuni** – la Coldiretti è riuscita ad ottenere l'obbligo di indicare la provenienza per carne bovina, ortofrutta fresca, uova, miele latte fresco, pollo, passata di pomodoro e olio extravergine di oliva. Ma l'etichetta resta anonima per carne di maiale, coniglio e agnello, per pasta, conserve vegetali come il pomodoro proveniente dalla Cina e i succhi di frutta, ma anche per yogurt, latticini e formaggi non a denominazione di origine. Troppo spesso, per esempio, la famosa mozzarella pugliese è 'costruita in laboratorio' utilizzando latte in polvere, preparati alimentari (i fusi) o semilavorati (cagliate) importati dall'estero. Il mercato è letteralmente invaso da prodotti spacciati per pugliesi, quando, invece, hanno provenienza e qualità oltremodo sono 'costruiti' non con il latte locale, bensì con materia prima (latte, paste fuse, cagliata) proveniente da Paesi Ue ed extra Ue e che, dopo la trasformazione industriale, diventano miracolosamente made in Puglia”.

E' considerevole il danno arrecato dalle sofisticazioni al mercato delle produzioni lattiero-casearie regionali, agli allevamenti, ai caseifici pugliesi che hanno scelto la strada della trasparenza e della qualità ed ai consumatori che non vengono messi in condizione di conoscere l'origine dei prodotti acquistati. L'inganno si concretizza anche in uno sfruttamento dell'immagine dell'intero territorio pugliese che è associato a prodotti non di qualità e per i quali non è rintracciabile la certezza della salubrità alimentare.

“Il medesimo problema è riscontrabile nel settore cerealicolo. Anche per effetto dei cartelli, nonostante dall'inizio dell'anno – ha incalzato il direttore della Coldiretti Puglia, **Antonio De Concilio** – le quotazioni del grano siano crollate di un terzo, i prezzi di pane e pasta non accennano a diminuire, con una divaricazione degli andamenti divenuta insostenibile. Caduto l'alibi che per mesi ha giustificato i rincari, i prezzi non scendono e hanno raggiunto valori medi di 2,80 euro al chilo per il pane e di 1,5 euro al chilo per la pasta, secondo il servizio Sms consumatori del ministero delle Politiche Agricole. Così come sono quasi triplicate le importazioni di pomodoro concentrato per un quantitativo che equivale a circa un quarto dell'intera produzione di pomodoro coltivata in Italia”.

(Continua a pagina 4)

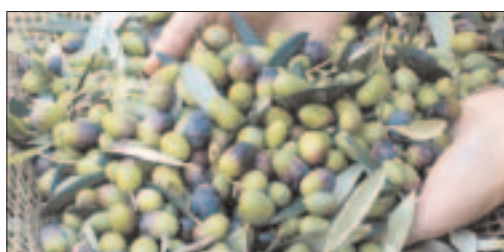
L'IMPRESA SI RACCONTA di Daniela Pastore

# OLEIFICIO SAN GAETANO UN OLIO PRODOTTO CON IL SOLE

La struttura di Casamassella apre le braccia all'innovazione tecnologica investendo nel fotovoltaico. Senza però dimenticare un passato ricco di tradizione e bellezza



A sinistra, l'impianto fotovoltaico in costruzione; in alto, il presidente Antonio Chiatante e il segretario Marco Merico; in basso, olive e ulivi delle campagne di Casamassella



Casamassella è un angolo del Salento che è riuscito a preservare i sapori, le atmosfere, la magia del tempo antico. La piccola frazione di Uggiano La Chiesa è circondata da campagne puntellate di preziose testimonianze del passato: dolmen e menhir che hanno appagato il desiderio di soprannaturale dei primi uomini del Tacco d'Italia, miti religiosi e al contempo monumenti straordinari. Ma il suo patrimonio sono anche le meravigliose distese di ulivi argentati che si perdono lungo l'orizzonte e si fermano solo in prossimità dell'Adriatico, per cedere il posto al profumo ed al verde intenso dei pini marittimi e della rigogliosa macchia mediterranea.

Parte da questa ricchezza paesaggistica e naturalistica l'attività del Oleificio cooperativo "San Gaetano" di Casamassella, artefice e scrigno del sapido "oro giallo" del Salento da circa 40 anni. Una "famiglia" di circa 500 soci, per la maggior parte proprietari di piccoli fondi in cui si coltivano gli ulivi e si produ-

ce olio per il fabbisogno domestico, ma anche qualche "pesce grosso": gestori di grandi tenute in cui l'olivicoltura è il business primario. Nei magazzini del "San Gaetano" nei mesi di molitura è un via vai continuo di furgoni più o meno stipati di raccolto: negli anni di carica si arriva a lavorare oltre 25mila quintali di olive, che diventano 12 mila negli anni di scarica. Le cultivar sono quelle autoctone, che hanno da sempre caratterizzato il volto e la produzione di Terra d'Otranto: cellina ed ogliarola. Olive docili, duttili e non particolarmente esigenti, che in questi primi quattro decenni di vita la cooperativa "San Gaetano" ha trasformato prevalentemente in olio lampante. "Una produzione che era richiesta dalle multinazionali", ammette il presidente della struttura, **Antonio Chiatante**, anche lui imprenditore agricolo. "Però ora ci siamo stufati di puntare sulla quantità a scapito della qualità. E' una pratica che non rende più. E' giunta l'ora di fare il grande salto e di dedicarci sempre più alla produzione dell'extravergine".

L'olio buono, quello a bassissimo grado di acidità, dalle straordinarie sfumature dorate con bagliori verdi e dal gusto inconfondibile, il salentino lo sanno produrre, eccome. Basta andare nelle loro case: i piatti hanno un profumo ed un sapore inconfondibile perché l'olio è di qualità sovrana. Questa abilità non è però diventata un modello industriale, una tradizione da esportare. "Noi invece vogliamo fare proprio questo - incalza Chiatante - produrre su larga scala olio buono come quello che i salentini ci tengono a portare sulle loro tavole: olio genuino, realizzato con i sacri crismi. Ecco, penso che se ci organizziamo per offrire al mercato questo tipo di prodotto, non ci sarà concorrenza che ci possa fermare".

Il problema più grande da affrontare al momento è quello di recuperare il tempo perduto. La cooperativa sta cercando di attrezzarsi per imbottigliare un quantitativo sempre più importante di extravergine. Ed è stata proprio questa voglia di qualità e di nuovi, ambiziosi obiettivi ad allontanare l'oleificio San Gaetano da Aprò ed a traghettare i 500 soci nella nuova organizzazione di produttori di Coldiretti. "Coopio è nata con l'esigenza di dare nuove chance di mercato al mondo olivicolo. Il primo impegno di questa Op - dice Chiatante - è quello creare per l'olio salentino nuovi canali commerciali. Le singole realtà non possono fronteggiare la competizione globale. Solo se procediamo uniti possiamo avere qualche possibilità di successo. Ma per essere uniti devono essere condivise anche le scelte politiche di una organizzazione di produttori. Noi non ci riconosciamo più nella linea politica di Aprò. Ed è per questo che il divorzio non poteva più essere rimandato".

Certo, il battesimo della nuova Op ha dovuto fare i conti con una crisi internazionale del settore olivicolo senza precedenti. "La congiuntura è drammatica ed è sotto gli occhi di tutti. Il prezzo dell'olio ormai ha toccato il fondo. Gli economisti dicono che il peggio deve ancora arrivare. Ma nonostante questo non possiamo la-

sciarsi andare allo sconforto - osserva Chiatante - il nostro lampante potrebbe ad esempio essere impiegato per usi energetici visto che si parla tanto dell'esigenza di sperimentare nuove forme di approvvigionamento energetico per liberare l'Occidente dalla dipendenza dal petrolio. Questo ci permetterebbe di risollevarci i disastri budget delle aziende olivicole salentine ed allo stesso tempo di liberare il mercato da una fetta consistente di lampante che, è bene che la gente lo sappia, finirebbe comunque sulle tavole degli italiani, opportunamente rettificato dalle multinazionali dell'olio".

L'oleificio di Casamassella non può poi non sfruttare la sua straordinaria ubicazione: è circondato da una campagna per molti aspetti ancora arcadica, di straordinaria bellezza paesaggistica, ed allo stesso tempo a due passi da una delle località turistiche più amate d'Italia: Otranto. "D'estate abbiamo il pienone di turisti - dice Chiatante - molte famiglie preferiscono affittare una casa a Casamassella, a Giurdignano, ad Uggiano, per godere della pace e della quiete che solo i piccoli centri regalano, preferendoli al caos ed alla movida di Otranto". Quale occasione migliore per proporre ai ristoranti, alle trattorie, agli alberghi, ai bed & breakfast ed agli agriturismo della zona il nostro olio? "I turisti vengono qui per conoscere anche i sapori e le tradizioni gastronomiche del territorio, ed un buon piatto salentino non può prescindere dall'olio prodotto nelle nostre campagne, dalle nostre cultivar".

Un binomio, quella tra campagna e turismo, che ormai quasi tutti ammettono di apprezzare. "Dobbiamo convincere la ricettività turistica ad approvvigionarsi da noi. Solo così possiamo veicolare in toto il nostro territorio, i suoi sapori più antichi e genuini. Io credo che questa sia una carta vincente che dobbiamo essere in grado di giocare sino in fondo. Per questo non possiamo che plaudire alla decisione dell'Unione europea di rendere obbligatoria la tracciabilità dell'olio. Così il turista che viene ad Otranto potrà finalmente decidere coscientemente che tipo di olio sta acquistando". E proprio per preservare l'ambiente e serbare la bellezza del paesaggio, l'oleificio ha deciso di puntare sulle energie pulite. "Abbiamo installato sulle tettoie dello stabilimento un impianto fotovoltaico da 50 megawatt di potenza - spiega il segretario dell'oleificio, **Marco Merico** - in tutto sono circa 400 metri quadri di pannelli fotovoltaici che garantiranno l'approvvigionamento energetico della struttura. Quello del fotovoltaico è un progetto caldeggiato da anni dal presidente Chiatante che lo ha sperimentato anche nella sua azienda. Abbiamo usufruito di agevolazioni per l'investimento iniziale ed i vantaggi saranno indubbi: minori costi energetici e salvaguardia dell'ambiente. Speriamo di essere un esempio per altre realtà agricole". Insomma, olive d'eccellenza cresciute al sole e trasformate in olio ancora una volta grazie al sole splendente del Salento. ■



L'altro ieri il patto con il consumatore, ieri campagna amica e chilometro zero, oggi la filiera agricola italiana. C'è una estrema e significativa coerenza nel percorso di Coldiretti negli ultimi anni ed un unico obiettivo: restituire redditività alle imprese agricole ponendo fine a quella "eterna rapina" che ha fatto sì che oggi, su un euro speso dal consumatore, soltanto 17 centesimi rimangono nelle tasche degli agricoltori.

"Riappropriamoci della filiera", aveva detto il Presidente Marini nella sua visita a Lecce lo scorso ottobre accennando ad un progetto che oggi ha preso corpo e che il prossimo 30 aprile sarà presentato al Palalottomatica di Roma a Cooperative, Consorzi Agrari e Associazioni per la gestione dei farmers market.

Ed è il progetto della creazione di una filiera tutta agricola e tutta italiana che ha "...le sembianze e la firma degli agricoltori e degli allevatori italiani, che possiede una sua massa critica, spostando l'ombrello di garan-

## OBIETTIVO IMPRESA Rubrica del direttore della Coldiretti Lecce

# Pronti ad implementare il progetto di filiera agricola italiana di Coldiretti

zia dal singolo prodotto di ogni parte del mondo alla totalità del cibo dei soli territori italiani" come ha affermato lo stesso Marini nell'ultima Assemblea nazionale di Coldiretti, che ha visto la sua rielezione alla guida della più importante Organizzazione agricola europea per i prossimi quattro anni.

E sarà una filiera in grado sicuramente di trasferire direttamente al consumatore quei valori di genuinità, di sicurezza, di territorialità e distintività propri della produzione italiana.

Ed ecco la coerenza con il patto con il consumatore, con campagna amica, con il chilometro zero, con l'origine in etichetta, cioè con quelle iniziative lanciate sempre da Coldiretti e necessariamente preliminari alla definizione di un progetto di riorganizzazione delle filiere agroalimentari, quale quello appunto che sarà presentato nei prossimi giorni. Un progetto teso dunque a creare una alternativa alla attuale rete di distribuzione e vendita dei prodotti agroalimentari, imperniata, come si diceva, su una rete di cooperative, consorzi agrari e farmers market, e teso ad affermare il made in Italy, inteso anche come affermazione del consumo locale.

E rispetto a questo concetto si può dire che Coldiretti ha assolutamente percorso i tempi, anticipando un modello fatto proprio da illustri



uomini di governo ed economisti di fama mondiale. Vorrei, per brevità, citare in proposito alcuni esempi. Nel suo programma di governo, il neo Presidente degli Stati Uniti Barack Obama ha parlato della necessità di distinguere il prodotto agricolo nazionale da quello importato attraverso la etichettatura di origine, di necessità di sostenere la agricoltura locale, di promuovere sistemi agroalimentari regionali ed avere trasparenza nei prezzi. Il prof. Jan Douwe Der Ploeg della Università di Wageningen in Olanda ha recentemente affermato che occorre legare la produzione ai consumi locali, intendendo per locale una Regione o un complesso di più Regioni in maniera da evitare sprechi, i crolli dei prezzi e per garantire un reddito dignitoso ai produttori.

Infine voglio citare l'economista e sociologa francese Silvia Perez-Vitoria che nel suo libro "Il ritorno dei contadini", di cui ci occuperemo nel prossimo numero di Terra Salentina, afferma che ogni città dovrebbe avere una cintura agricola che la nutre, evitando di sprecare carburanti e logistica per avere da lontanissimo gli alimenti, mettendo in piedi un sistema che fagocita quantità enormi di energia.

Coldiretti dunque pronta a lanciare il suo progetto di filiera agricola italiana e Lecce farà la sua parte, sapendo di poter contare sulla vasta rete di cooperative che vogliono condividere il progetto e sulla rete dei farmers market destinata a diffondersi sempre più in tanti Comuni del Salento. Certo dispiace di non potere annoverare tra i partner di questo progetto il Consorzio Agrario di Lecce, preda sempre più di una deriva autoritaria che ha portato il suo attuale consiglio a fissare in 8686,76 euro (dico ottomilaseicentoottantaseivirgola settantasei) la quota di ingresso a carico degli aspiranti nuovi soci e, praticamente, congelando la sua base sociale agli attuali 107 soci. Quando si dice una struttura a servizio delle imprese agricole! ■

### IL VERTICE DI BARI

(Continua da pagina 2)

"La partecipazione alla convention di oltre una trentina di rappresentanti della cooperazione salentina, alcuni dei quali hanno apportato al dibattito il loro fattivo contributo - aggiunge il direttore della Coldiretti Lecce, **Giorgio Donnini**, dimostra quanto interesse ci sia su questo progetto anche da parte delle imprese salentine, che ormai sono stanche di vedere puntualmente svilito il prezzo dei loro prodotti e vedono pertanto in tutte le forme di gestione diretta della filiera una concreta possibilità di recuperare quei margini che oggi sono purtroppo appannaggio di altri segmenti della filiera stessa".

Accorciare la filiera è dunque l'arma da utilizzare contro gli agropirati e per questo in Puglia sono stati aperti 4 mercati di Campagna Amica e sempre in Puglia negli ultimi si è registrato un incremento esponenziale del numero di imprese agricole che effettuano vendita diretta. Una fotografia della situazione regionale parla di oltre 2.000 imprese agricole che hanno incrementato le proprie entrate aziendali attraverso la vendita diretta. Le imprese particolarmente attive operano nei settori ortofrutticolo (30%), vitivinicolo (27,6%), formaggi (27%), olio extravergine di oliva (21%), carni e salumi (8,1%)". ■

## Coldiretti "nutre" la maratona

Preso d'assalto lo stand della Coldiretti in occasione della decima Maratona del Salento d'amare. Al termine della manifestazione sportiva, che si è svolta il 25 gennaio a Parabita, la federazione leccese ha distribuito agli atleti trecento sacchetti di arance e ortaggi vari, come pacco dono.

Giovanni Caggiula, consigliere della Coldiretti, e titolare dell'azienda di ortofrutta Le Camerelle, sulla provinciale Parabita-Alezio, ha allestito uno stand con i prodotti ortofrutticoli della sua azienda e degli altri produttori agricoli del territorio.

Le friselline condite con olio di oliva extra vergine e pomodoro fresco sono andate a ruba. Molto gradita è stata anche la frutta fresca pulita e servita a spicchi. So-

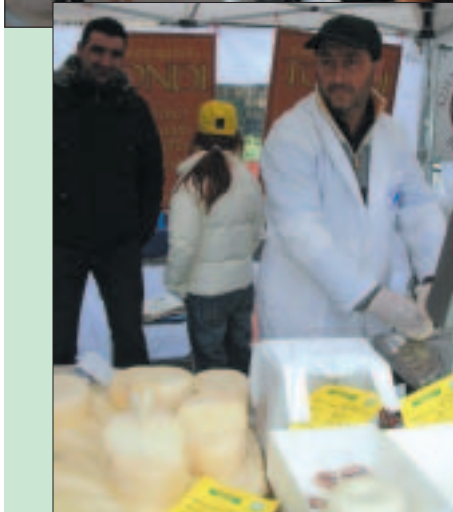
no andate a ruba anche le dolci crostate preparate dalla moglie di Caggiula, la signora Luigina, anche lei coltivatrice diretta.

La Coldiretti ha voluto così sottolineare l'importanza di una corretta e sana alimentazione nella pratica sportiva, sia a livello agonistico sia a livello amatoriale. Un binomio che si conferma di successo, dunque, quello tra la Maratona del Salento d'amare, gara podistica internazionale di oltre 42 chilometri, e la Coldiretti di Lecce, che utilizza l'evento sportivo come vetrina privilegiata per i prodotti sani e genuini del territorio. ■

Giovanni Caggiula, la moglie Luigina e il segretario di zona con i maratoneti nello stand allestito dalla Coldiretti



# sapori di campagna DA ESPORTAZIONE



Dall'alto, in senso orario  
gli addetti delle  
aziende "Agristella"  
e "Carmelo Prontera";  
il salone della Bit di Milano;  
Simone Quarta e Angelo Schido;  
Renato Tondi, la gente  
al farmers market di Lecce



I buoni prodotti  
del farmers market  
di Coldiretti  
seducono la Bit

I prodotti fragranti e genuini del farmers market di Coldiretti Lecce hanno conquistato la Bit di Milano. Una montagna di gustosissime patate novelle, di sapidi ceci, di fave di Zollino con e senza buccia, di olio extravergine di Leverano, ed ancora di cicorie di Galatina, fagioli con l'occhio, pomodorini da pendola e brillante vino Negroamaro è stata consegnata dai coltivatori di Coldiretti agli chef dell'Associazione cuochi salentini, capitanata da Luigi Perrone.

Gli alimenti freschi, sapidi e rigorosamente *made in Salento* sono stati trasformati dai cuochi pugliesi nei piatti della più autentica tradizione salentina durante i giorni della Borsa internazionale del turismo Milano. Nel padiglione della Puglia i gourmand salentini hanno utilizzato gli alimenti prodotti dai coltivatori del Mercatino di Campagna amica per preparare piatti dal gusto straordinario, vere "cartoline" gastronomiche dal Salento: fumanti coppe di "ciceri e tria", piatti dalla straordinaria bicromia donata dalle fave e dalle cicorie, patate novelle cucinate profumate ad arte per arricchire l'agnello al forno, il tutto corroborato dal gusto intenso dell'extravergine realizzato con le cultivar del Tacco d'Italia: cellina e ogliarola. E per brindare non potrà che esserci un "rosso da fare invidia": il Negroamaro, vitigno dal sapore forte ed intenso come i colori, i sapori e gli odori del Mediterraneo, ormai acclamato come elisir di lunga vita per l'alta percentuale di resveratrolo, molecola che gli scienziati hanno dimostrato essere un vero toccasana per il cuore e le arterie.

"Non ci aspettavamo un successo così clamoroso - commenta lo chef dell'hotel Patria Palace di Lecce, **Luigi Perrone**, a capo dell'associazione cuochi della Puglia - tutti i commenti per i nostri piatti sono stati entusiasti. Giornalisti, ambasciatori, operatori turistici ci hanno sommerso di complimenti ad ogni degustazione e sono sicuro che un ruolo importante per la riuscita dei piatti è stato proprio aver utilizzato i prodotti dei coltivatori diretti, che hanno garantito una freschezza ed una sapidità uniche alle pietanze. Plausi anche all'olio ed al vino del Salento, che hanno dimostrato di non temere il confronto con altri prodotti più blasonati. Una sinergia, quella tra cuochi pugliesi e Coldiretti, assolutamente da ripetere". ■

## Un premio all'innovazione

Sono aperte le iscrizioni al concorso Oscar Green, che premia gli imprenditori che hanno saputo cambiare e innovare la propria impresa e l'agricoltura italiana. Coldiretti Giovani Impresa sottolinea che il Premio, anche per l'edizione 2009, ha ricevuto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica. Il concorso si rivolge a tutti gli imprenditori agricoli e agroalimentari che, all'interno del proprio percorso imprenditoriale, abbiano sviluppato un'idea innovativa, in grado di testimoniare il contributo offerto dall'agricoltura alla società in termini di valore, sicurezza, fiducia e qualità della vita. L'originalità delle idee imprenditoriali dovrà riflettersi in una delle sei categorie del premio: Stile e cultura d'impresa, Sviluppo locale, Energia per il futuro, Esportare il territorio, Oltre la filiera, Campagna amica. Coldiretti Giovani Impresa intende premiare le nuove idee in agricoltura, valorizzando quelle imprese che si sono maggiormente distinte in progetti innovativi e che possono fungere da modelli per gli altri imprenditori. Donato Fanelli, delegato nazionale dei giovani di Coldiretti, nell'invitare chi ha trasformato in realtà il proprio sogno imprenditoriale a partecipare all'Oscar Green 2009, ricorda come le oltre 600 imprese che hanno concorso nelle edizioni precedenti rappresentino "le facce del vero made in Italy", quelle imprese che ogni giorno offrono sicurezza e qualità ai cittadini consumatori e contribuiscono a costruire una filiera tutta agricola e tutta italiana, anche e soprattutto in un momento difficile come quello attuale. Per partecipare a Oscar Green 2009 è possibile rivolgersi alle federazioni Coldiretti oppure cliccare sul sito [www.coldiretti.it](http://www.coldiretti.it) dove si può leggere e scaricare il regolamento. C'è tempo fino al 31 marzo 2009 per iscriversi. ■

# Etichettatura olio, decisione storica dell'Ue

Il presidente di Coldiretti Lecce, Piccinno: "Ora il Governo nazionale faccia la sua parte"

Finalmente in Europa non sarà più possibile spacciare come *made in Italy* l'extravergine ottenuto da miscugli di olio spremuto da olive provenienti da altri Paesi, anche extra-comunitari, senza alcuna informazione per i consumatori". **Pantaleo Piccinno**, presidente di Coldiretti Lecce e della organizzazione di produttori Coopolio, nonché consigliere nazionale di Unaprol, commenta con soddisfazione il provvedimento del Comitato di gestione olio d'oliva dell'Unione Europea (operativo dal 1 luglio).

"L'obbligo di indicare in etichetta l'origine delle olive impiegate nell'extravergine - spiega Piccinno - è una risposta coerente alla necessità di garantire la trasparenza alle scelte di acquisto dei consumatori comunitari e di combattere truffe e sofisticazioni, purtroppo molto diffuse in Puglia. Una necessità per un Paese come l'Italia che nel 2008 ha importato circa 500 milioni di chili di olio di oliva. Importazioni che in assenza di etichettatura si "confondono" con la produzione nazionale che è stata pari a poco più di 600 milioni di chili, in aumento del 10 per cento rispetto allo scorso anno e di alta qualità. Una situazione che ha avuto un forte impatto negativo sui prezzi pagati agli olivicoltori".

Un provvedimento che è una prima risposta importante alla crisi che sta attanagliando l'olivocoltura e che farà sicuramente emergere sui mercati nazionali ed internazionali le eccellenze produttive del Tacco d'Italia. "Oltre a questo provvedimento dell'Unione Europea - precisa - aspettiamo anche risposte concrete da parte delle istituzioni nazionali che possano contribuire ad alleviare la grave crisi del settore. Tra queste il provvedimento che dovrebbe estendere le agevolazioni oggi concesse al settore del fotovoltaico anche all'utilizzo per fini energetici dell'olio lampante d'oliva".

Con i suoi 12 milioni di piante, tra cui molti ulivi secolari, *cultivar* autoctone d'eccellenza come la Cellina di Nardò e l'Ogliarola, con i suoi circa 90mila etta-

ri e i suoi 60mila operatori ed una dop, la Terra d'Otranto, il settore olivicolo è l'architrave dell'economia agricola salentina.

"Coldiretti e Coopolio plaudono quindi a questa iniziativa che va nella direzione della valorizzazione dell'olio *made in Italy*. Siamo certi - conclude Piccinno - che le nostre produzioni locali, espressione di un territorio variegato e ricco di tradizioni, possono avere la meglio su produzioni di altri Paesi, appiattite ed omologate da processi produttivi industriali sempre più standardizzati".

"Con il via libera del comitato di gestione - sottolinea la Coldiretti nazionale - si può completare l'iter di approvazione del regolamento comunitario che entra in vigore il primo luglio, mentre nel frattempo resta vigente a livello nazionale il decreto ministeriale pubblicato sulla gazzetta ufficiale del 18 ottobre 2007 che ha imposto in Italia l'obbligo di etichettatura dell'olio extra vergine di oliva. La norma per l'indicazione di origine in etichetta - spiega la confederazione - consente di verificare, oltre al marchio, la reale origine delle olive impiegate e quindi anche di valorizzare gli oliveti italiani che possono contare su 250 milioni di piante, molte delle quali secolari o situate in zone dove contribuiscono al paesaggio e all'ambiente. L'Italia è il secondo produttore europeo di olio di oliva, con due terzi della produzione extravergine e con 38 denominazioni (dop/igp) 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".

A salutare con entusiasmo il decreto è anche la Coldiretti Puglia. "Basta con i boicottaggi ai danni del 'made in Italy' dell'olio. Basta con gli inganni ai danni dei consumatori. Basta con la mortificazione della professionalità degli imprenditori olivicoli pugliesi. Finalmente in Europa non sarà più possi-



bile spacciare come 'made in Italy' l'extravergine ottenuto da miscugli di olio spremuto da olive spagnole, greche e tunisine. L'estensione dell'obbligo di indicare in etichetta l'origine delle olive impiegate per produrre l'olio extravergine di oliva in tutti i paesi europei - prosegue la Coldiretti regionale - è una risposta coerente alla necessità di garantire la trasparenza". "La norma per l'indicazione di origine in etichetta - evidenziano il presidente e il direttore della Coldiretti Puglia, Pietro Salcuni e Antonio De Concilio - consente di verificare la reale origine delle olive impiegate e, quindi, anche di valorizzare gli oliveti italiani. Il comparto olivicolo-oleario è uno dei settori più colpiti da frodi e sofisticazioni in Puglia. Nonostante il riconoscimento comunitario per 5 oli dop (denominazione d'origine protetta) al 'Terra di Bari', 'Terra d'Otranto', 'Dauno', 'Collina di Brindisi' e 'Terre tarentine' ed una produzione pari a 11 milioni di quintali di olive ed oltre 2,2 milioni di quintali di olio - sottolineano dalla confederazione regionale - le massicce importazioni nel 2008

hanno determinato un andamento da profondo rosso del prezzo dell'olio extravergine di oliva pugliese che ha sfiorato i 2,4 euro al chilogrammo. Ancora più drammatico il costo delle olive, sceso drasticamente fino a toccare i 30 centesimi di euro al chilogrammo. Di contro sono aumentate del 30 per cento le importazioni di prodotto dall'estero, tanto che sugli scaffali dei supermercati è straniero l'olio di oliva contenuto in una bottiglia su due. Coldiretti - concludono i dirigenti della federazione pugliese - si è battuta strenuamente per impedire lo sfruttamento dell'immagine delle zone tradizionali di coltivazione o allevamento da parte di alimenti a base di prodotti agricoli provenienti da migliaia di chilometri di distanza da quanto indicato sulle confezioni ed evitare ogni tipo di sofisticazione, ovvero che prodotti di dubbia provenienza vengano spacciati per prodotti di qualità, quando di qualità non sono, e che si utilizzino i marchi 'made in Italy', o peggio 'made in Puglia' per prodotti che non hanno nulla a che fare con il nostro territorio". ■

## E OBAMA LANCIÒ IL MADE IN USA

Mentre in Italia si discute sull'opportunità di avere burro italiano alla buvette della camera, l'amministrazione Obama ha impresso una decisa svolta alla politica alimentare statunitense promuovendo l'indicazione di provenienza sulle etichette degli alimenti. E' quanto rende noto Coldiretti nel sottolineare che è una iniziativa per favorire acquisti consapevoli da parte dei cittadini americani con una maggiore trasparenza sul vero Made in Usa. Si tratta - sottolinea la Coldiretti - di una misura fortemente sostenuta dagli agricoltori e dai consumatori statunitensi alla quale si oppongono però le grandi industrie di trasformazione della carne che in molti casi mischiano la carne americana a quella messicana o canadese per offrire i propri prodotti ai supermercati. Il problema - continua la Coldiretti - riguarda infatti principalmente la carne, importata in modo massiccio da Messico e Canada e venduta come americana, ma anche la frutta e verdura ed altri prodotti provenienti dall'estero che vengono "confusi" con le produzioni locali. La Coldiretti aveva siglato un protocollo di intesa con la National Farmers Union (NFU), (l'Organizzazione agricola statunitense), proprio per l'indicazione obbligatoria in etichetta dell'origine degli alimenti per consentire ai consumatori di tutto il mondo di conoscere la provenienza dei cibi che acquistano sul mercato. ■



## CARO PASTA FIOCCANO LE MULTE

I soldi delle multe che le industrie pastarie devono pagare all'Antitrust andrebbero restituiti ai consumatori e agli agricoltori con il prezzo riconosciuto per il grano duro che è dimezzato rispetto allo scorso anno, senza alcun beneficio per i cittadini che hanno invece dovuto subire ingiustificati rincari.

È quanto ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel commentare la multa dell'Autorità garante della concorrenza e del Mercato al cartello della pasta. "Oggi le quotazioni del grano duro si trovano - sottolinea la Coldiretti - su valori di quasi venti anni fa attorno a 22 centesimi al chilo mentre il costo medio della pasta si aggira attorno a 1,4 euro al chilo, praticamente stabile, secondo i dati del servizio Sms consumatori del ministero delle Politiche Agricole. La forbice dei prezzi tra la pasta acquistata dai consumatori e il grano duro coltivato dagli agricoltori si è allargata dunque su livelli insostenibili per imprese agricole e consumatori. La pasta ha infatti fatto segnare il record dell'aumento dei prezzi tra i prodotti della tavola nel corso del 2008 che, per il piatto più amato dagli italiani, è iniziato a gennaio 2008 con una crescita su base annua del 10 per cento e si è concluso con un balzo del 28 per cento a dicembre, toccando in diversi mesi dell'anno incrementi anche superiori al 30 per cento". "Una situazione che colpisce i cittadini con consumi medi procapite che - precisa la Coldiretti - in Italia sono sui 28 chili a persona, tre volte superiori a quelli di uno statunitense, di un greco o di un francese, cinque volte superiori a quelli di un tedesco o di uno spagnolo e sedici volte superiori a quelli di un giapponese. Peraltro - continua la Coldiretti - l'aggravio della spesa per la pasta dovuto ai rincari colpisce soprattutto le classi meno elevate di reddito, dove la pasta è una delle componenti fondamentali della dieta. L'elevata forbice dei prezzi - conclude la Coldiretti - colpisce anche gli agricoltori che non riescono più a coprire i costi di produzione con il rischio dell'abbandono delle coltivazioni". ■





"Campagna" letteraria (incontro con l'autore)

L'Abc della cucina salentina nei volumi dello chef Vaglio

Profumi, storia e prelibatezza del formaggio pecorino di Maglie e d'Arneo

Il brano proposto questo mese è tratto dall'ABC della cucina salentina, opera in tre volumi allegati al mensile "qui-Salento", acquistabile in edicola. Curati dallo chef e studioso di eno-gastronomia, Massimo Vaglio, i tre volumetti sono un mirabile compendio dei cibi, dei sapori, della storia e delle ricette della gastronomia del Tacco d'Italia. Un'opera da gustare con gli occhi.

Nel paesaggio delle splendide e importanti produzioni casearie pugliesi, il Salento assume un po' la posizione di fanalino di coda, ciononostante difende il primato per quanto riguarda i formaggi pecorini, la cui produzione vanta una consolidata tradizione supportata da un patrimonio ovino ancora ingente.

La produzione dei pecorini è costituita da forme cilindriche del diametro di 20-30 centimetri con scalzo di 6-12 centimetri a piatti piani, crosta giallognola che vira al nocciola con la stagionatura, recante l'impronta della fiscella. Nei primi decenni del secolo scorso, nella classifica di gradimento e diffusione fra i pecorini italiani tipici, subito dopo il pecorino romano, il pecorino sardo tipo roma-

no e il fiore sardo, veniva appunto il Maglie-Poggiardo, ovvero il pecorino prodotto dalle fiorenti masserie di questo comprensorio la cui produzione intraprendenti commercianti avevano organizzato con successo, provvedendo allo stoccaggio e alla commercializzazione; la stessa sorte seguivano i non meno validi pecorini d'Arneo anch'essi conosciuti e ricercati in tutti i più importanti mercati.

Ben diversa la situazione attuale. Dall'ultimo censimento dell'agricoltura risulta che nel territorio di Maglie insistono attualmente appena quattro allevamenti ovisini, quattro a Scorrano e nessuno nel territorio di Poggiardo e tante antiche masserie da lungo tempo abbandonate versano ormai in rovina, tanto nel comprensorio di Maglie, quanto in quello dell'Arneo, ove comunque insistono ancora oggi più di un centinaio di aziende. Le mutate condizioni socio-economiche e tutta una pur giusta serie di adempimenti e di normative imposte dalla Comunità Europea, specialmente per quanto riguarda l'adeguamento alle norme sanitarie delle aziende, hanno disincentivato molti allevatori a proseguire questa millenaria attività.

Il pecorino di Maglie e il pecorino

d'Arneo non presentano sostanziali differenze nella tecnica di produzione da quello prodotto nel resto della regione ma a conferire le particolari ben distinte e apprezzate caratteristiche organolettiche concorre l'inarrivabile sapidità dei pascoli salentini sferzati dai salsi venti marini e soprattutto la specifica razza ovina.

Il Salento ha infatti una sua razza ovina autoctona, la Moscica o Leccese derivata dall'antico ceppo di razza asiatica, Siriana del Sanson, diffusa nei Balcani sino al Danubio. Le pecore di questa razza, piccole e con la caratteristica faccia nera, si sono adattate da secoli alla povertà degli aridi pascoli salentini e a resistere all'intossicazione da fùmulu (Hypericum perforatum L. e Hypericum triquetrifolium Turra). Per la conformazione della testa, piccola e dal muso allungato, sono mirabilmente adattate a sfruttare le essenze più neglette e spesso più profumate delle macchie e della gariga da cui carni e latte traggono caratteristiche peculiari e ineguagliabili. Oggi, purtroppo, le greggi costituite con ovini di questa frugale e pregiata razza sono molto poche (tanto che si teme per la sopravvivenza della razza) in quanto sostituite in modo improvvido e spesso ingiustificato con greggi di razza Sarda o Comisana e con greggi costituite da meticci ottenuti incrociando la Moscica con le pecore di razza Bergamasca, che hanno una mole molto maggiore e quindi una prevalente attitudine alla produzione di carne.

La zootecnia salentina sconta anni di diffuso disinteresse tanto della parte politica, quanto degli enti e delle associazioni, snobbata dall'imprenditoria locale che ha preferito esplorare modelli economici nuovi, privi di un retroterra culturale, anziché cavalcare le collaudate e, perché no, prestigiose, antiche vocazioni agro-pastorali del territorio. Con buon senso, si sarebbero potute richiedere le deroghe in materia sanitaria sulla scorta di quanto avvenuto in altri contesti o si sarebbe potuto pensare alla creazione di più razionali caseifici sociali. Certo è che, nonostante tutto, quest'antica e nobile arte continua e ne scaturiscono comunque formaggi ricercati sia per le caratteristiche organolettiche sia per le nuove riconosciute proprietà nutrizionali



proprie degli animali al pascolo quali: il basso contenuto di colesterolo; l'elevata presenza di principi antiossidanti e di acido linoleico coniugato che nei derivati degli animali al pascolo è triplo rispetto a quello contenuto nei derivati degli animali tenuti in stalla.

Lu pilùsu

Un tempo, nulla doveva andare sprecato e il siero, prima di essere avviato alla preparazione della ricotta, veniva accuratamente filtrato tramite la stamigna in modo da recuperare anche gli ultimi residui di caseina. Peccato che insieme a tali residui venisse recuperato anche il pelame degli animali che avevano prodotto il latte, sfuggito a una prima approssimativa filtrazione... Ma ciò non costituiva certo un problema, e i granelli di cagliata recuperati da ogni filtrazione venivano compressi alla meglio strizzandoli, aiutandosi con la tela della stamigna. Veniva così composta una sorta di palla che si salava superficialmente e si lasciava rassodare per qualche giorno. Con tale rudimentale, arcaico formaggio venivano in genere omaggiati i bambini che passavano al seguito dei genitori dalle masserie. Il sapore non era malvagio, però i bocconi erano difficili da deglutire poiché con i granelli che si liberavano con la masticazione si rischiava di strozzarsi, per cui dopo una prima esperienza spesso veniva preferito un mezzo boccale di caldo e purgativo siero. Talvolta i pilùsi rientravano nella preparazione dei pastoni a base di ortiche che le massare destinavano alle preziose covate di tacinotti, che emanavano un odore così grato da stimolare le papille gustative anche degli uomini.

**TESSERAMENTO 2009**

*Coldiretti 2009*  
UN PROGETTO PER IL PAESE

Rinnovare subito la tessera **COLDIRETTI** costituisce un atto concreto di condivisione del progetto di rigenerazione dell'agricoltura.

Dai forza alle nostre idee per costruire un futuro migliore per le nostre campagne.

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

**CAMPI:** via Madonna della Mercede, 48 - Tel./fax 0832.791512  
**CASARANO:** via Parente, 15 - Tel./fax 0833.502596  
**GALATINA:** via XX Settembre, 59 - Tel./fax 0836.561021  
**LEVERANO:** via C. Pavese, 29 - Tel./fax 0832.921084  
**MAGLIE:** via Schilardi, 59 - 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 20 marzo)

Visita il nostro sito  
[www.lecce.coldiretti.it](http://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