



## Quando i germogli si nutrono solo di parole

ENRICO VACIRCA

Se quel germoglio di olio ricacciato dopo il taglio al ciocco o alle branche si fossero potuti nutrire di parole e promesse a quest'ora sarebbero delle sequoie.

Migliaia di produttori olivicoli in Toscana, dopo le gelate dell'85, aspettano ancora i contributi della Cee e del Ministero dell'Agricoltura; più o meno 100 miliardi.

Del resto il «buongiorno si vede dal mattino»: quante volte sono state fatte e rifatte? Quanti moduli riempiti? Quante indicazioni contrastanti furono date?

E gli olivi? Gli olivi centimetri dopo centimetri, foglia dopo foglia stanno riconquistando le colline toscane, dimostrando che i coltivatori sono i veri cultori dell'ambiente, i creatori del paesaggio toscano, coloro che a loro spese e con i loro sacrifici mantengono una collina che è bene di tutti.

Infatti in convegni, seminari e riunioni varie con scienziati di grande fama non si fa altro che esaltare le qualità alimentari e, perché no, terapeutiche dell'olio extravergine di oliva.

I consumi di olio di oliva, infatti, sono aumentati negli ultimi anni e la produzione lo stesso e tutto questo nonostante si sia quasi ignorata una politica del settore; nel piano agricolo nazionale si diceva chiaramente che l'olivicoltura era fra le produzioni a debole competitività ed a modesta potenzialità di mercato. Del resto niente si è fatto per migliorare le strutture di produzione né per promuovere i consumi.

Eppure gli spazi di mercato da occupare rispetto alle altre sostanze grasse ci sono ed insieme a innumerevoli nuovi mercati da conquistare e non solo nella Cee.

Bon lo sanno Spagna, Grecia ed altri paesi del Mediterraneo che hanno già ristrutturato la loro olivicoltura e stanno invadendo un mercato, anche quello italiano, con un prodotto che qualitativamente è notevolmente inferiore al nostro.

Se non addegueremo la no-

stra olivicoltura a queste nuove competitività, il nostro primato produttivo, quella parte di Piv (Produzione lorda vendibile) che si aggira sui 2.000 miliardi se ne andrà ad altri.

Intanto i nostri produttori olivicoli continuano a fare investimenti, da veri e propri imprenditori, dimostrando di vedere molto più lontano di chi ancora non ha varato un piano olivicolo, non ha mantenuto gli impegni economici per la ricostituzione degli olivi dopo le gelate e niente fa per promuovere il consumo dell'olio di oliva.

Per non trovarci domani a dover piangere sul latte versato chiediamo di superare l'emergenza olivo dopo le gelate mettendo a disposizione tutti i contributi impegnati.

A livello nazionale chiediamo il varo del piano olivicolo nazionale per rinnovare e ristrutturare tutta l'agricoltura e la riforma della politica Cee nelle materie grasse per: 1) puntare sulla qualità; 2) modernizzare la produzione anche con l'introduzione di nuove tecniche; 3) intervenire sui costi di produzione rafforzando il sistema delle forme associative puntando sulla contrattazione del prodotto come strumento fondamentale per difendere ed aumentare il reddito dei produttori; 4) una politica efficace e continuativa nella «promozione» del prodotto olio extravergine di oliva; 5) cambiamento delle classificazioni degli oli d'oliva ed introduzione di marchi di denominazione di garanzia di provenienza.

Questi temi sono stati affrontati in un convegno organizzato recentemente dalla Confcoltivatori Toscana sul tema: «Olivicoltura: una prospettiva per la collina toscana».

In questo convegno abbiamo voluto riaffermare come noi riteniamo che esistano le condizioni ambientali, sociali e di mercato per un rilancio dell'olivicoltura collinare toscana su basi moderne finalizzate al conseguimento del reddito.

(Membro della giunta regionale della Confcoltivatori toscana)

Dopo tre anni dalle gelate dell'85 gli olivicoltori toscani aspettano ancora 100 miliardi dal ministero dell'agricoltura

Secondo l'assessore Serafini occorrono più investimenti per consolidare il prestigio dell'olio italiano sul mercato estero

# Il tesoro delle colline

FIRENZE. Il presidente della Regione Toscana Gianfranco Bartolini ha inviato in questi giorni una lettera al ministro dell'Agricoltura Mannino. È l'ennesima sollecitazione sul tasso amaro dei ritardi e delle inadempienze del governo per le gelate che hanno colpito gli olivi nel gennaio dell'85. A distanza di tre anni, dei finanziamenti e dei contributi concordati non sono arrivati meno della metà.

Con il regolamento Cee, ottenuto grazie anche ad un forte impegno della Toscana, una delle regioni più colpite dai danni, fu stabilito un fondo di 91 miliardi. Ne sono arrivati solo 53. Questi danari servivano per gli interventi di reimpianto degli olivi. Furono concordati con il ministero dell'Agricoltura altri 70 miliardi per i cosiddetti interventi di sostegno, dovevano servire cioè a compensare il mancato reddito degli anni successivi alla gelata. Fino ad ora la Regione e gli olivicoltori non hanno visto una lira.

«Non siamo soddisfatti - commenta con amarezza l'assessore regionale all'agricoltura Francesco Serafini - di come questa vicenda sia stata gestita a livello nazionale. L'effetto negativo di credibilità è molto forte. Siamo al di sotto di circa 100 miliardi e c'è anche il rischio di perdere tutto per l'impossibilità di non rispettare i tempi posti dal regolamento comunitario. Nel frattempo ci sono state le piogge che hanno causato altre difficoltà e tutto questo avviene in un contesto dove la crisi dell'olio d'oliva si accentua a causa della concorrenza internazionale, soprattutto degli spagnoli che sono molto più avanti nelle tecniche di produzione, marketing e promozione commerciale».

In Italia per l'olio d'oliva non è esagerato affermare che siamo all'anno zero. Le Regioni e i produttori chiedono da anni un piano olivicolo nazionale, e questo non c'è. Manca anche un marchio di qualità per tutelare il prodotto, anche questo è di là da venire ed è fin troppo semplice capire quanto sarebbe necessario sia per la difesa dai ripetuti episodi di sofisticazione sia per un nuovo modo, più moderno, di offrire l'olio ai consumatori.

«Questi ritardi e queste

comunitari e per gli interventi di sostegno concordati con il ministero dell'agricoltura. La Regione Toscana, dice l'assessore all'agricoltura Francesco Serafini, rivendica una legislazione per la collina dove si coltivano due tra i più importanti prodotti tipici italiani, il vino e l'olio.

carenza - dice Serafini - derivano dal fatto che non c'è attenzione verso le coltivazioni della collina. Manca una strategia; per la montagna c'è una legislazione, per la collina invece niente. Collina in Toscana ed in altre regioni vuol dire insieme tutela del paesaggio, cultura, tradizione e coltivazioni tipiche come l'olivo e la vite. L'Italia, anche in vista della liberalizzazione dei mercati dell'82, dovrebbe puntare ed investire risorse su questi prodotti tipici. La Regione è da tempo in contatto con l'Università per una ricerca sul campo che indichi gli interventi e le cose da fare concretamente per un progetto collinare».

Il punto strategico delle coltivazioni di collina è stato al centro della recente mostra «Siena verde»; da parte di tutti, enti pubblici, imprenditori agricoli, Coldiretti e Confcoltivatori, viene posto l'accento su questo dato sconcertante: ai problemi che l'Italia ha per la carne e altri prodotti di importazione si aggiunge anche questo vuoto di prospettiva per la collina. Il problema è stato sollevato da tempo anche da altre regioni come le Marche e l'Umbria: la collina un'opportunità da valorizzare e sfruttare per rafforzare l'immagine del «prodotto Italia».

La Regione Toscana è impegnata su diversi fronti nel settore dell'olivicoltura. Prima di tutto il marchio, dice l'assessore, «bisogna studiare una selezione, una griglia per arrivare all'olio extravergine di oliva; il marchio è fondamentale per tutelare e promuovere un prodotto così importante per l'alimentazione, la salute e la dieta». Interventi per nuovi olivi sono previsti nei Pim (piani integrati mediterranei); si stanno stringendo i tempi per la creazione di un nuovo organismo di ricerca l'Istituto dell'olio e del vino; si guarda con particolare attenzione all'associazionismo tra i produttori e le aziende che lavorano le olive; un altro punto fermo è quello della tutela del paesaggio delle colline, dove non sono possibili colture moderne meccanizzate occorre una politica di sostegno.

Dopo la gelata dell'85 sono pervenute agli uffici della Regione oltre 46.000 domande e ad oggi gli agricoltori

LUCIANO IMBASCATI

### PRIMA E DOPO LA GELATA

	1984	1985	1986	1987
Produzione di olive in quintali	1.042.262	404.837	213.879	548.509
Olio prodotto in quintali	167.603	73.195	33.879	96.184
Prezzo al quintale	700.000	810.000	900.000	1.150.000

### I DANNI DEL FREDDO

Danni alle piantagioni	262 miliardi
Mancato raccolto di olive	77 miliardi
Danni per gli anni successivi	307 miliardi



## Nuovi programmi di ricerca degli scienziati Tutti i segreti dell'extravergine

L'Istituto del vino e dell'olio di oliva di Toscana è quasi pronto per decollare. Porterà avanti programmi di ricerca mettendo insieme e coordinando il lavoro di molti e qualificati istituti all'interno e fuori dell'Università. Un moderno strumento d'avanguardia che sarà possibile realizzare con modesti investimenti ed in tempi ragionevoli. Studiosi, esperti e ricercatori insieme per scoprire tutti i segreti del «liquido d'oro».

FIRENZE. Un'equipe di ricercatori universitari, di studiosi e di esperti per scoprire tutti i segreti di due prodotti tipici delle colline toscane, l'olio e il vino. Sta per decollare una nuova iniziativa di carattere scientifico che è molto attesa dagli enti pubblici, dai produttori e dal mondo della ricerca. È in fase avanzata la realizzazione dell'Istituto del vino e dell'olio di oliva di Toscana. Non è un nuovo ente, non è qualcosa che si aggiunge a quello che già esiste, tutto invece è maturato intorno all'originale idea di mettere insieme, coordinare, unire i numerosi e qualificati centri di ricerca all'interno e all'esterno delle Università. Insomma ottenere con il minimo di investimenti, spendere una cifra ragionevole e so-

prattutto partire in tempi ravvicinati senza scontrarsi con gli ostacoli burocratici e di ordine finanziario che la creazione di un istituto autonomo avrebbe comportato.

Assessore di questa filosofia è il candidato alla direzione dell'Istituto il professor Giulio Marghen che ha alle spalle molti anni di esperienza nel Laboratorio di analisi e di ricerca dell'Istituto agrario provinciale San Michele all'Adige di Trento, una scuola al primo posto in Italia. L'idea di dar vita ad un Istituto regionale dell'olio e del vino era stata avanzata da tempo dal Consorzio del Chianti classico Gallo Nero; è stato il suo presidente Mazzei a chiamare il professor Marghen per realizzarla concretamente ed in

tempi accettabili. Oggi intorno alla filosofia del coordinamento e della razionalizzazione della ricerca si sono manifestati i consensi di tutti i soggetti che direttamente o di riflesso saranno impegnati nella realizzazione dell'Istituto: la Regione Toscana, le amministrazioni provinciali, le tre università, le Camere di Commercio, le banche, le organizzazioni dei coltivatori e dei produttori, tutte le associazioni e i consorzi di tutela dei prodotti.

Ai progetti di ricerca lavoreranno insieme in maniera coordinata l'agronomo, il pedologo, il microbiologo, il chimico e il tecnologo; il fatto nuovo è proprio questo: il tentativo di mettere insieme per la prima volta in Toscana tutti questi soggetti che oggi lavorano in maniera separata. «E per la prima volta - dice Marghen - sarà possibile completare studi nuovi. Cercare ad esempio la correlazione tra la qualità dei terreni e la qualità delle olive. Studiare la caratterizzazione dell'olio extra vergine della Toscana, cioè quei componenti minori che determinano gli aromi, il gusto, insomma la tipicità dell'olio».

Gli «studenti» che seguono in questi giorni le lezioni di professori, frantoiani, ingegneri chimici ed esperti in gastronomia sono soprattutto

## Il diploma del frantoio

FIGLINE VALDARNO. A scuola per imparare l'arte dei mastri oleari. Un ciclo di lezioni tenute da super esperti al ristorante Principe di Figline Valdarno. L'originale iniziativa è stata promossa dalla Corporazione dei mastri oleari e dalla Federazione italiana cuochi. Al termine del corso sarà consegnato ai frequentatori un attestato di frequenza, un diploma nell'arte antica della spremitura delle olive e della degustazione dell'olio.

Queste le materie del corso: storia e tradizione olivicola, tecnica della degustazione con prove guidate per la memorizzazione di pregi e difetti, dalla raccolta all'imbottigliamento sistemi di

molitura e nota aromatica, degustazione di oli italiani e stranieri, confronto secondo le provenienze, l'olio d'oliva e la salute; l'olio d'oliva in cucina.

Sono stati chiamati a tenere le lezioni Piero Antolini, presidente dei mastri oleari, gastronomo, scrittore e gastronomo, Gianni Staccotti, giornalista; Alfredo Mancianti, frantoiano di S. Feliciano, Francesco Rosati, frantoiano di Fara in Sabina, Guido Razzoli, docente all'Università di Perugia.

FIRENZE. Alla ricerca di un marchio a tutela della qualità e della genuinità. Questo

assillo degli olivicoltori che da vent'anni si battono per questo obiettivo ma sul quale il Parlamento non riesce a fare niente. In assenza di leggi e di disciplinari i produttori si sono mossi da soli con iniziative di associazionismo volontario. È quanto è successo anche in Toscana. Nell'83 un gruppo di produttori e di oleifici sociali si è costituito in consorzio e si è dato un marchio Croevott (Consorzio regionale olio extra vergine d'oliva tipico toscano). Il bollino del Croevott, da attaccare sulle bottiglie, viene concesso solo a quei soci che superano gli esami delle analisi chimiche e le prove di assaggio. Dal gennaio al settembre di quest'anno il consorzio ha no-

## La nuova sfida del mercato europeo

GIAMPIERO CRESTI

Se le gelate del mese di gennaio 1985 hanno causato tanti problemi, almeno un merito l'hanno avuto: hanno riportato l'attenzione sulla olivicoltura toscana, evidenziando l'importanza economica ed ambientale che questa coltura riveste in un territorio agrario come quello di questa Regione. Se ne è cominciato a parlare, quindi, in termini attuali, sia da un punto di vista produttivo che di commercializzazione del prodotto.

L'industria olearia, massicciamente presente in Toscana, ha manifestato un rinnovato interesse verso questo prodotto che si pone come leader merceologico della categoria degli extravergini e possiede un quoziente di marketing inusitato rispetto alle altre produzioni.

Contemporaneamente il rapporto tradizionale produttore-consumatore si sta progressivamente restringendo, limitandosi a piccole aree di consumo tradizionali.

Da questa fase di evoluzione del mercato la produzione può ricevere dei benefici; in realtà, per ora, è solamente più esposta, poiché necessita di rinnovarsi ed evolversi in termini produttivi ed attrezzarsi per un confronto con un mercato che è nuovo e diverso rispetto al passato anche a causa della nuova geografia europea.

La produzione ha bisogno, per questo, di una rinnovata capacità associativa che abbia come obiettivo la parità nella contrattualità tra produzione ed utilizzatori.

Per raggiungere questo obiettivo i produttori devono darsi delle regole comuni, sia per ciò che concerne la fase produttiva, sia nei rapporti con il mercato.

Gli strumenti per questo già esistono: a seguito della emanazione del regolamento Cee 1360/78 recepito dallo stato italiano e dalle regioni, si sono costituite le associazioni dei produttori agricoli che in questo comparto già operano, avendo ottenuto il riconoscimento giuridico da parte della Regione.

Proprio per questo riconoscimento le associazioni di

vencono i soggetti di regolamentazione della produzione e dell'offerta; per loro tramite gli associati si autoregolamentano per avere un prodotto nella qualità e quantità richiesta dal mercato e per avere, in modo tendenzialmente stabile, sufficienti sbocchi commerciali.

Per raggiungere questi fini, le associazioni compiono atti e si dotano di strumenti finalizzati ad una conveniente esitazione del prodotto, in un rapporto contrattuale aperto con l'industria, il commercio e la distribuzione.

In questa fase in cui la ripresa produttiva si avvicina, in presenza di un mercato che si evolve e dove sempre meno l'intervento pubblico è a sostegno dei prezzi, i produttori devono avere ben chiare le problematiche e gli strumenti che hanno a disposizione per rispondere alle nuove esigenze.

Uno degli strumenti in cui le associazioni dei produttori si dovrebbero avvalere è il consorzio regionale dell'olio extra vergine di oliva tipico toscano Croevott - costituito su iniziativa delle stesse, quale struttura di servizio a supporto dell'associazionismo di prodotto con funzioni di tutela e di promozione orizzontale.

È sbagliato, al contrario, considerare questo ed altri strumenti operativi, alla pari o in sostituzione delle associazioni, fondate dalla esplicita volontà dei produttori.

Altro soggetto che può diventare un punto di riferimento interessante è il neo-costituito Istituto del vino e dell'olio di Toscana, come strumento para-pubblico finalizzato alla ricerca nei settori vitivinicolo ed olivicolo. La presenza della cooperazione toscana nel settore completa il quadro; è necessario armonizzare le azioni di questi soggetti in modo che ognuno sia, possibilmente, funzionale all'altro, se vogliamo che l'olivicoltura regionale non rimanga schiacciata dalla concorrenza delle altre materie grasse e da produzioni provenienti da altre aree.

(Presidente associazione interprovinciale toscana produttori olivicoli)

## Chiesto dagli oleifici associati al Croevott Marchio di qualità per il tipico toscano

Un «marchio di provenienza» come già da qualche anno avviene per il pecorino. E questo uno degli obiettivi immediati del Croevott (Consorzio regionale olio extravergine d'oliva tipico toscano). Il consorzio è nato nell'83 e associa volontariamente trenta produttori tra i quali la grossa realtà degli oleifici sociali. La qualità di tipico toscano riconosciuto solo dopo severi esami, analisi e prove d'assaggio.

duttore e moralizzare e controllare il mercato impedendo per quanto è possibile l'abuso di norme oggi non osservate quali quelle inerenti l'esame organolettico previsto dalla legge ma mai eseguito, quella della provenienza dell'olio e dell'esatta informazione al consumatore.

L'attività del consorzio non si è sviluppata come previsto nell'83 a causa delle gelate. «L'obiettivo immediato - dice il direttore Ilario Rosati - è quello del marchio. Siamo lavorando con la Regione per arrivare ad una legge regionale con la quale dare all'olio extra vergine tipico toscano un marchio di provenienza così come avviene per il pecorino. All'interno di questo marchio ogni azienda, nell'etichetta, indica la provenienza».

Iniziativa sono state messe in programma anche verso i consumatori per dare tutte le informazioni sul prodotto. Recentemente è stata costituita una «commissione consumatori» che vede insieme il Croevott, rappresentanti della Federazione unitaria dei consumatori e delle associazioni dei commercianti.