

COMUNE DI TREQUANDA

Provincia di Siena

Piazzetta Cacciacconti, 1 Tel.0577-662009 Fax: 0577-662029

www.comune.trequanda.si.it

*Troppa frammentazione: 8 mila produttori per 13 mila ettari di oliveti
Una media pro capite bassa: 2,5-3 quintali*

IL SINDACO: “TREQUANDA ACCETTA L’IDEA DEL CNR, UN OLIVETO SPERIMENTALE PER GARANTIRE AL NOSTRO PRODOTTO UNA TOTALE UNICITA’ ”

L’ASSESSORE PROVINCIALE GALLETTI: “LA RICETTA E’ FARE SISTEMA, SPERIMENTARE MA ANCHE CERTIFICARE DI PIU’”

BENINATI (COLDIRETTI) E BELIGNI (CIA): “ACCORCIARE LA FILIERA PER CONCILIARE QUALITA’ E PREZZO”

TREQUANDA — “Accolgo la proposta avanzata dal Cnr di individuare proprio nel comune di Trequanda una zona dove realizzare un oliveto sperimentale, impiantando cinque varietà già individuate dagli studiosi che possono aiutarci a valorizzare ulteriormente il nostro prodotto simbolo”, ha annunciato il sindaco Atos Meiattini a conclusione del convegno svoltosi oggi a Castelmuzio, presso la Pieve di Santo Stefano a Cennano nell’ambito della “Festa dell’olio novo di podere” che culmina domenica 31 con la consegna a Ilio Raffaelli del premio “Oliva d’oro”, intitolato a Giordana Carpi. Convegno che ha visto la presenza dell’onorevole Bindi e del senatore Margheriti, dei rappresentanti di Comuni toscani e non, di appassionati e produttori locali, di numerosi componenti dei selezionatissimi gruppi di assaggio della Provincia.

A lanciare l’idea dell’oliveto sperimentale è stato Antonio Cimato del Cnr di Firenze il quale, nel suo intervento, ha evidenziato come dalla sinergia fra “biodiversità, territorio e tradizione possa scaturire quella svolta indispensabile per garantire al prodotto una totale unicità”, creando spazi importanti per i produttori del Senese. In tale direzione sta già andando del resto la Provincia, come è stato confermato dall’assessore all’agricoltura Claudio Galletti: “Basta pensare alla Carta vocazionale del territorio – ha detto – che ci consente di capire che tipo di coltura si adatta meglio a un determinato mix di condizioni ambientali, climatiche e di terreno, indirizzando di conseguenza le scelte degli operatori. Ma se è giusto che della sperimentazione si facciano carico le istituzioni con le associazioni di categoria, è anche opportuno affiancare al mercato casalingo, quello per intendersi che vende al vicino di casa o al parente, un mercato organizzato. Una produzione che nel 2004 forse supererà i

20 mila quintali d'olio è infatti frutto di 8mila imprenditori e solo in scarsa percentuale certificata. Insomma, occorre fare sistema”.

Proprio su quest'ultimo punto hanno incentrato i loro interventi Roberto Beligni, vice-presidente della Cia, e Giacomo Beninati, presidente di Coldiretti. Il primo ha rivendicato la centralità del produttore che si trova ad affrontare le sfide climatiche, quelle del mercato e complesse normative europee. Alla Provincia ha chiesto un impegno aggregativo ancora più forte, “a tutti una sostegno pratico, con atti coerenti, sul versante della commercializzazione, della certificazione e delle tecniche di raccolta visto che buona parte delle operazioni viene svolta da addetti in età avanzata”. Qualche cifra: gli olivicoltori nella nostra provincia sono circa 8 mila, per una superficie dedicata a questa coltivazione di quasi 13 mila ettari. Ciò significa che ciascuna azienda ha a disposizione un appezzamento medio di 1,5 ettari con una produzione, anch'essa media e pro-capite, molto bassa: 2,5-3 quintali. “Nonostante le criticità l'olio resta un fiore all'occhiello – ha osservato Bennati -, c'è necessità per eliminarle di fare squadra e che questa compia scelte comuni. Ma servono anche associazioni di prodotto che accorcino la filiera, garantendo olio di qualità a prezzi accettabili. Quanto alla tracciabilità, va resa obbligatoria altrimenti non riusciremo ad essere veramente competitivi”.

Tra gli input giunti dal tradizionale convegno di Cennano - coordinato dal dirigente dell'ufficio agricoltura della Provincia Giovanni Pacini che ha posto l'accento sull'influenza dei cambiamenti climatici e i riflessi dell'attuale momento di crisi economica su questo prodotto di nicchia - anche l'educazione all'assaggio. “Il produttore deve saper presentare al consumatore l'olio, per farlo deve lui stesso penetrare i segreti dell'oro verde che commercializza, mettendole ad esempio in relazione con il territorio e la sua cucina. Un valore aggiunto dal quale non si può, né si deve prescindere”, ha sottolineato il sindaco Atos Meiattini.

Trequanda, 30 ottobre 2004