

Tipicità

I numeri della crisi

Forti nella produzione, deboli sul mercato. E' quanto emerge dall'analisi degli esperti in materia. I frantoi del Nord particolarmente attivi in Puglia e Daunia

Primo report sull'olio *nostro* Le cause della speculazione

BENIAMINO PASCALE

A dannata olivicola conclusa, ridenominata "annus terribilis" per la presenza della "mosca olearia" e di altri parassiti che hanno inficiato la produzione abbattuto la qualità delle olive e degli oli, oltre alle azioni speculative. I pareri autorevoli, in esclusiva a *l'Attacco*, del presidente del Consorzio Peranzana, **Giuseppe Lipartiti**, e del direttore tecnico, **Nazzario D'Errico**, lo confermano: "I grossi frantoi e le aziende olearie del centro nord (Toscana, Umbria, Lombardia-Garda, Abruzzo, Lazio e Marche) sono state particolarmente attive in Puglia e nella Daunia, condizionando un mercato delle olive che ha evidenziato ancora una volta l'estrema debolezza del sistema olivicolo-oleario. La storica carenza di programmazione e di un vero sistema di filiera hanno riproposto all'attenzione dell'opinione pubblica un paradosso tutto pugliese: forti nella produzione, deboli sul mercato. Quest'assioma, per nulla decifrabile e comprensibile, la dice lunga sulla complessità del sistema produttivo vittima di un mercato sempre più in mano ad avventurieri e speculatori (la Puglia produce quasi il 60% di olio extra vergine d'oliva, fonte Sian Mipaaf)". Lipartiti entra nel dettaglio: "Quando si specula bisogna essere un due: chi compra e chi vende. In questo periodo di forte crisi è stato facile 'svendere' le produzioni per far quadrare i conti aziendali. Per essere più chiari, molti traraccoglitori/commercianti, una buona parte dei frantoiani, senza tralasciare gli olivicoltori, hanno assunto, durante la campagna, comportamenti speculativi contribuendo a generare un sistema artefatto e senza regole dove gli organi di controllo non sono riusciti a darerispostesignificative nonostante le note criticità denunciate dai soliti operatori onesti che paradossalmente subiscono i controlli più ossessivi". Così D'Errico: "Il Consorzio in questi mesi ha monitorato tali dinamiche 'poco chiare', anche grazie alle denunce di frantoiani e cooperative agricole del nostro territorio e del nord barese che hanno visto partire decine di TIR di olive vendute come olio o viceversa (o addirittura 'in nero') per interessi commerciali di chi paga subito e deve approvvigionarsi di olio per ottemperare ai con-



tratti già programmati con l'estero". Il sistema commerciale locale diventa sempre più "diabolico" in quanto ogni attore cerca di difendere la propria rendita di posizione: l'olivicoltore conferitore di olive, pretende di essere pagato subito; mentre alfran-

toiano, che sopporta anche i costi di gestione dei sottoprodotti della lavorazione (sanse e acque di vegetazione), è affidato l'onere di vendere il prodotto al miglior prezzo, obiettivo non sempre raggiungibile per la debolezza strutturale e le ridotte dimen-

sioni aziendali di questa categoria. La vision di un olivicoltore conferitore, **Lidia Antonacci**, di San Severo: "La mia azienda produce principalmente olio monovarietale, di Peranzana, che trasforma. È necessario proteggere l'olio extra vergine oliva Peranzana

e far si che si trasformi nella sua zona di produzione, mettendo in atto tutte le forme di tutela legate alla tipicità del territorio. Proprio quest'anno, più che nel passato, doveva essere così. L'emorragia delle nostre olive c'è stata sempre: ma quest'anno, non si sarebbero dovute vendere le olive mal'olio. Da un punto di vista economico, ho vissuto un momento di turbamento e perplessità, considerando l'innalzamento del prezzo. Ciò può dare false aspettative ai produttori più ingenui. Uno squilibrato aumento del prezzo non fa bene a nessuno, soprattutto perché ha fatto vendere molte olive, mentre c'è poco olio in giro. La nota positiva è rappresentata dal fatto che ho visto aumentare il valore aggiunto dell'olio e crescere, nel consumatore, la consapevolezza che dell'extra vergine non se ne può fare a meno. Questa politica va accompagnata dai produttori, con la serietà e la qualità". La vision del frantoiano, **Dino Angeloro** della Graco food-Torremaggiore: "Ci sono due tipi di frantoiani: quelli che lavorano solo l'olio 'conto terzi' e sono oltre l'80%; e quelli che lo producono, cioè lo vendono in bottiglia. I frantoiani, quest'anno, forse, hanno perso in termini economici perché: le olive le hanno pagate care (80 E), poi ci sono i costi di trasformazione (10 E) e considerando la resa (12/13 litri) l'olio è venuto a costare 7,5 E. Quindi era meglio vendere le olive. L'aumento finale non è stato accettato in nessun mercato (nazionale ed estero). Le aziende, perciò, malgrado l'aumento, hanno guadagnato poco o niente. Noi, dobbiamo uscire con l'imbottigliato che ha un prezzo stabilito dal mercato locale. Bisogna trovare il punto d'incontro tra conferitore e trasformatore, con un progetto serio, come quello del Consorzio, magari da allargare per trovare altra liquidità che consenta di far restare in loco tutto il prodotto trasformato e garantito".

I PUNTI

Lipartiti
"Quando si specula si è in due: chi compra e chi vende"

Conseguenze
Il sistema commerciale locale diventa più diabolico

MERCATO

Si è senza controllo

Il Consorzio della Peranzana, di Torremaggiore, lavora alla tutela del prodotto e di tutto l'indotto. Il presidente, Giuseppe Lipartiti, evidenzia a *l'Attacco*: "Per meglio comprendere le dinamiche del nostro mercato, le olive 'Peranzana' già da metà ottobre, finiscono nel vortice delle operazioni di intermediari che lavorano con margini bassissimi. Fenomeno consolidato da decenni nella Daunia, soprattutto se si considera che, oltre le 'svendite', esiste un 'mercato in nero' e fuori controllo che sbeffeggiando le norme della tracciabilità e dei controlli degli Enti preposti, determina una perdita d'immagine del territorio, un elevato danno all'economia ed all'intero indotto. Ipotizzare una stima delle olive di Peranzana vendute all'ingrosso e dirette nei mercati del centro nord è impossibile. Con la recente normativa sulla costituzione delle Organizzazioni dei Produttori, si auspica l'attesa svolta per la filiera anche grazie all'introduzione del vincoli di conferimento pari al 25% della produzione per ogni singolo olivicoltore. In futuro il ruolo del Consorzio potrebbe essere quello d'interlocutore commerciale per l'olio extravergine e le olive da tavola".

REDAZIONALE

Infopoint a Trinitapoli, nuovo presidio a sostegno della promozione del territorio

Dopo Manfredonia, Trinitapoli. A distanza di pochi giorni dell'avvio delle attività del Centro di Informazione ed Accoglienza turistica nel centro storico del Comune sipontino, il Gal Daunofantino inaugura e rende fruibile un nuovo presidio a sostegno della promozione del territorio. Si terrà sabato 7 febbraio, alle ore 10.30, l'inaugurazione dell'infopoint di Trinitapoli ubicato presso il Palazzo comunale in Piazza Umberto I. Le bellezze naturalistiche presenti nell'area daunofantina, per la loro valorizzazione, sono state oggetto di una strategia sistemica ed integrata di promozione.

"La reale sinergia con gli attori pubblici sta producendo l'auspicata creazione di una rete territoriale, in primis di servizi - dichiara Michele D'Errico, Presidente del Gal Daunofantino - . L'obiettivo generale di questo intervento, inserito nella misura 313 del Psr, è quello di introdurre servizi innovativi e promuovere sistemi di rete a supporto del turismo nelle



aree rurali. Gli obiettivi sono quelli di sostenere approcci organizzati e strutturati di miglioramento della qualità e della quantità dei servizi turistici offerti in sinergia con le imprese del settore agricolo (agriturismi, fattorie didattiche, fattorie sociali, fattorie vendita diretta ecc.), nonché degli operatori dei settori integrati nel sistema rurale (commerciale, artigianale, con Enti pubblici, associazioni e altri soggetti) al fine di creare una rete qualificata di servizi turistici, nonché la promozione della vendita dei prodotti tipici e locali".

Proprio nell'area Gal sono state ristrutturate e adeguate due strutture che possono essere ritenute

strategiche per l'allestimento di punti espositivi di prodotti tipici rurali e di informazione e promozione del territorio. "Una di esse - aggiunge D'Errico - è nel Comune di Trinitapoli ed è stata individuata all'interno del Palazzo comunale di ingresso, la più idonea per ospitare il punto espositivo nonché l'Info Point, quest'ultimo localizzato nella parte immediatamente posteriore l'androne di ingresso. Questi ambienti situati entrambi a Piano Terra sono dotati di tutte quelle attrezzature necessarie per poter svolgere a pieno la propria funzione operativa nonché orientativa per i futuri fruitori del servizio offerto".