

Agrifoglio

PERIODICO DELL'AGENZIA LUCANA DI SVILUPPO E DI INNOVAZIONE IN AGRICOLTURA

**ORIENTAMENTO
AL LAVORO**

Prodotti tipici e gastronomia

**SPECIALE TERRITORIO
Il Materano**

**COME IRRIGARE?
La risposta via web**

**Formazione
per i giovani
agricoltori**

Pronti a partire 18 corsi

ISSN 1824-0305



9 771824 030009 02578



02

ANNO I / 2004



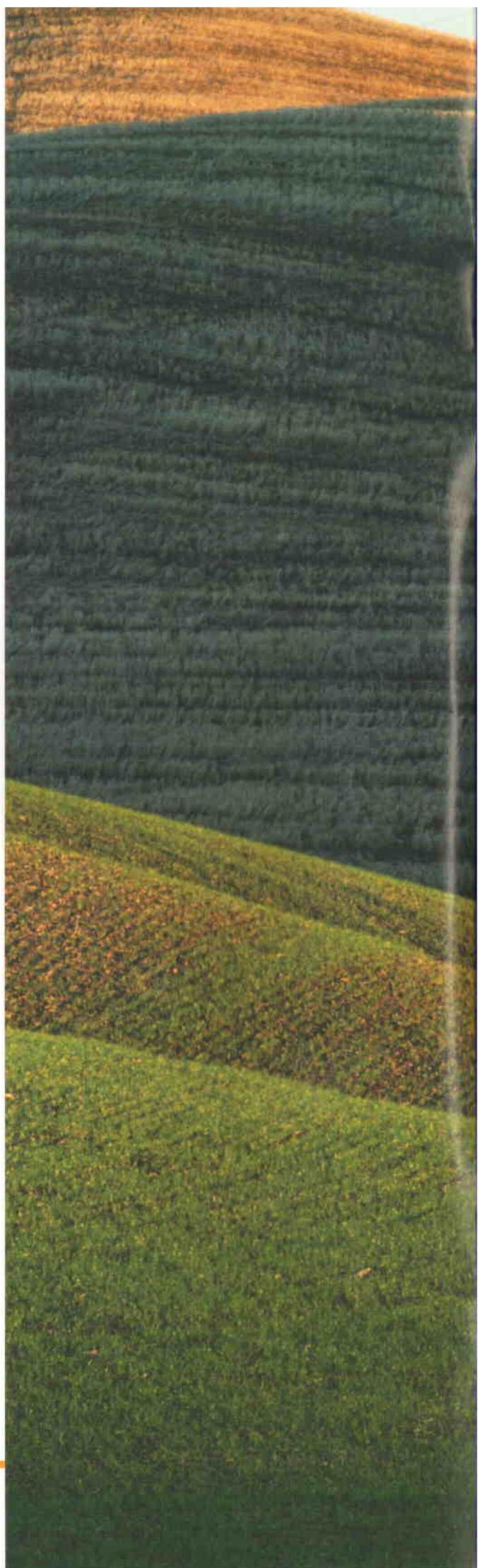
L'**Alsia** (Agenzia Lucana di Sviluppo ed Innovazione in Agricoltura) è lo strumento operativo della **Regione Basilicata** nel sistema agroalimentare, con delega alla gestione dei Servizi di Sviluppo Agricolo e all'esaurimento della Riforma Fondiaria.

Compiti e organizzazione dell'Agenzia, istituita con L.R. n. 38/96, sono stati poi integrati dalle leggi regionali nn. 21/98, 61/00 e 29/01. L'ALSIA ha assunto così un ruolo determinante anche come elemento di raccordo delle azioni operate nel settore primario da ciascuna delle componenti strutturali del sistema lucano dei Servizi di Sviluppo Agricolo.

Attualmente l'Alsia:

- ▶ **realizza** specifiche azioni informative e formative dirette alle imprese agricole, zootecniche ed agroalimentari, e fornisce loro consulenza per l'ammodernamento, il potenziamento e lo sviluppo al fine di elevarne la produzione, valorizzare le caratteristiche qualitative dei prodotti e contenere l'uso dei pesticidi;
- ▶ **eroga** servizi reali e specialistici con riferimento alla tracciabilità dei prodotti, alla difesa fitosanitaria delle colture, all'ottimizzazione degli usi irrigui delle risorse idriche aziendali ed alla fertirrigazione, alla diffusione della buona pratica agricola.
- ▶ **attua** e partecipa a progetti di interesse regionale, interregionale, nazionale e comunitario in materia di ricerca, sperimentazione e promozione commerciale di prodotti agricoli, formazione professionale, sistemi informativi territoriali, attraverso l'acquisizione di brevetti e/o know-how di cui promuove l'adozione nei processi produttivi delle aziende agricole;
- ▶ **promuove** la valorizzazione dei prodotti tipici lucani, anche attraverso l'uso delle biotecnologie introdotte nella fase di processo, e assicura l'assistenza tecnica alle imprese ed il supporto dei modelli organizzativi che adottano i sistemi di certificazione di qualità all'interno dei processi produttivi in agricoltura;
- ▶ in materia agroambientale, **fornisce** assistenza alla programmazione e attuazione di iniziative delle Comunità Montane e dei Parchi naturali, nazionali e regionali, e promuove la tutela e la valorizzazione del mondo rurale, in special modo delle aree interne, in un contesto di ecocompatibilità;
- ▶ **gestisce** le Aziende Agricole Sperimentali Dimostrative, con sedi in Aliano, Gaudiano, Matera, Melfi, Metaponto, Villa D'Agri, Pignola e Rotonda, e l'Unità Divulgativa di Zona di Bella, attraverso le quali realizza attività di ricerca, sperimentazione e divulgazione;
- ▶ **partecipa** all'attuazione delle misure FEOGA dei P.O.R. Basilicata 2000-2006 a supporto del Dipartimento Agricoltura della Regione, ed è componente della Cabina di Pilotaggio dei P.I.T;

L'Agenzia, che succede al soppresso Ente di Sviluppo Agricolo in Basilicata (ESAB), cura infine la **dismissione** dei beni immobili provenienti dalla Riforma Fondiaria in Basilicata.



Agrifoglio

PERIODICO DELL'AGENZIA
LUCANA DI SVILUPPO E DI
INNOVAZIONE IN AGRICOLTURA
N.2 _ ANNO I°

MARZO/APRILE 2004

EDITO DA
ALTRIMEDIA SRL - MATERA/ROMA
PER CONTO DI ALSIA

Direttore Editoriale
Gerardo Delfino

Direttore Responsabile
Sergio Gallo

Coordinamento progetto
Vincenzo Laganà

Comitato di Redazione
Carlo Candela
Vincenzo Capece
Rosanna Caragiulo
Rocco Sileo
Anna Ziccardi

**Hanno collaborato
a questo numero**
Gina Di Lecce
Leonardo Terranova
Felice Vizzielli
Gennaro Fabrizio
Carmelo Mennone
Nuccia Nicoletti
Serafino Paternoster

**Direzione, redazione
e segreteria**
Via Passarelli, 27 - 75100 Matera
Tel e fax 0835 244212
e-mail: posta@alsia.it

**Progetto grafico
e impaginazione**
ALTRIMEDIA srl - Matera/Roma
www.altrimedia.net

Stampa
SUPEMA
Pavona di Albano Laziale (Roma)

Reg. Tribunale di Matera
n. 222 del 24-26/03/2004

ISSN 1824-0305

Foto di copertina
Archivio Altrimedia

Le foto pubblicate in questo
numero sono di:
Archivio Alsia, Archivio Altrimedia,
Arturo Caponero, Enzo Epifania,
Vincenzo Laganà, Pino Losito

**Si ringrazia per
la collaborazione l'Ufficio
Stampa della Giunta Regionale
di Basilicata**

Agrifoglio è stampato su carta
Fedrigoni Symbol Freelifa,
bianchita con processi ecologici



SOMMARIO



02 EDITORIALE
Promesse da mantenere
SERGIO GALLO

03 INTERVENTI
Lavoro, come orientarsi
ENRICO SODANO

04 Agricoltura, sviluppo e giovani imprenditori
ADALBERTO CORRARO

05 Formazione al via per giovani agricoltori
ANTONIO GENOVESE

06 SPECIALE TERRITORIO: IL MATERANO
Tradizione e sviluppo con il pane IGP
SALVATORE INFANTINO

Profumi e colori di un rito antico
GIOVANNI CASERTA

Un paniere di sapori nel Parco Rupestre
FRANCO MARTINA

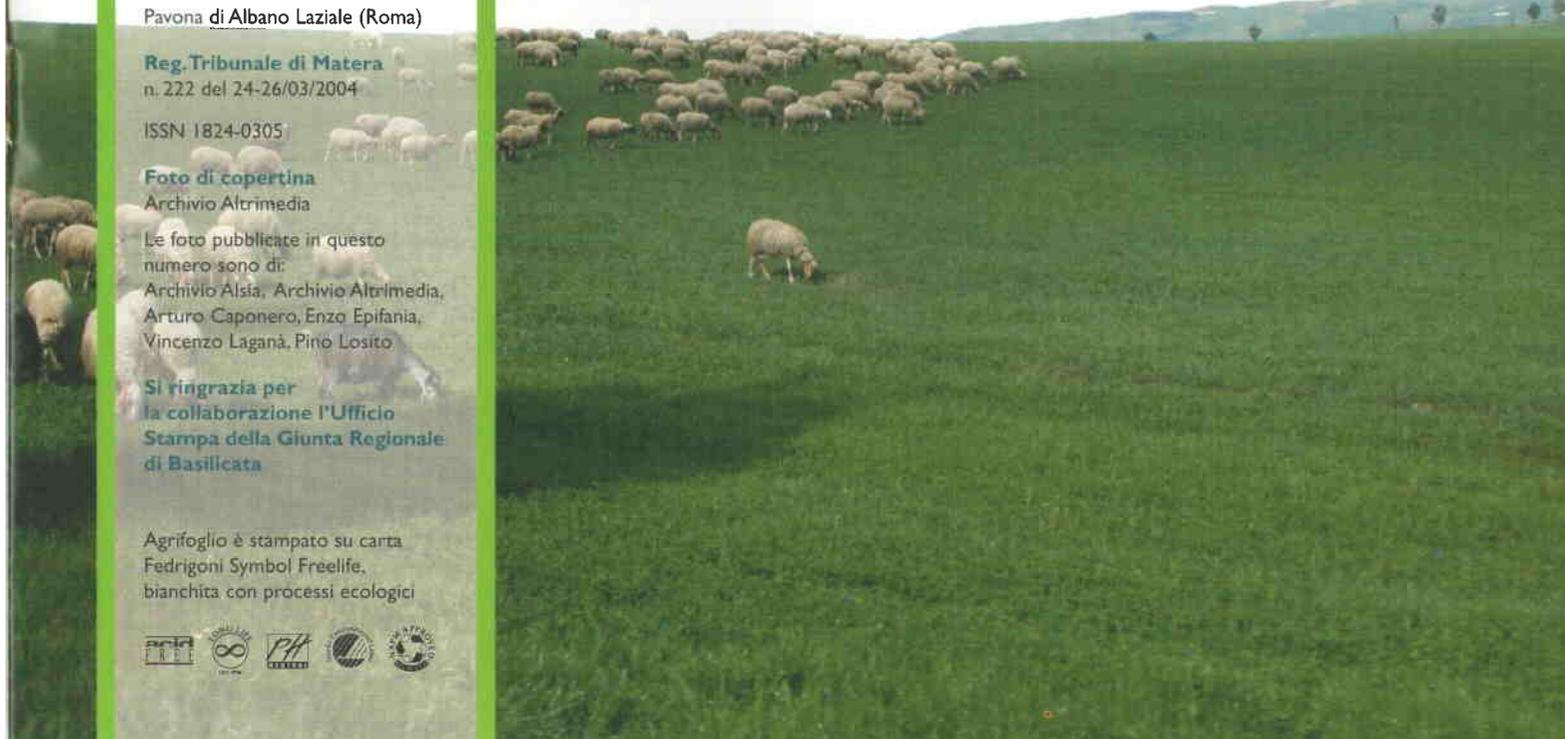
12 BIOLOGICA
Il Registro dei trattamenti
ARTURO CAPONERO

13 AGROMETEO
Commento climatico marzo/aprile
EMANUELE SCALCIONE

14 REGIONANDO
**Approvato il programma di promozione
dei prodotti tipici**

**15 Nel Sauro si certifica
olio extra vergine di oliva**
NICOLA LIUZZI

16 Come irrigare? La risposta via web
PIETRO ZIENNA



Promesse da *mantenere*

Ogni giovane che interrompe la propria corsa verso la conoscenza e la professionalità ci diminuisce. È una promessa non mantenuta. Non basta dare un consiglio su cosa fare. Occorre “vivere” il territorio, per contribuire alla costruzione di un sistema per lo sviluppo.

SERGIO GALLO È difficile dimenticare quello sguardo incerto, interrogativo. Non implorante, però. Dignitoso. E il tono della sua voce, lieve. Si era laureato da poco, e avvicinandosi al nostro stand in fiera poneva le stesse domande che, più volte, ci hanno assillato.

Cosa fare adesso? Come conviene muoversi? Rispondere a quel giovane non è stato, non è, semplice. Non riuscirci, rallenta il suo slancio, il suo voler crescere. Per quella volta almeno: a lungo andare, lo smarrimento può fiaccare, estinguere il desiderio di andare oltre. Ma ogni persona che interrompe la propria corsa verso la conoscenza e la professionalità ci diminuisce, tutti. È una promessa non mantenuta.

Non si tratta soltanto di dare un consiglio, una “dritta”, ma piuttosto di fornire gli elementi giusti per elaborare delle scelte. Occorre allora osservare i mercati, **vivere il territorio**, respirarci insieme quasi, cogliendone ogni piccolo mutamento, anticipandone per quanto possibile gli orientamenti. E partecipandovi, promuovendo e sostenendo le azioni imprenditoriali, in un circuito virtuoso capace di calamitare sempre nuove forze.

Così i consigli non restano fatti occasionali, congiunture più o meno favorevoli, ma divengono “sistema” per lo sviluppo. Il territorio, dunque. La sua lettura, la sua

interpretazione, sono la chiave che dischiude la porta di questo sistema. Come annunciato, l'**Aisia** con **Agrifoglio** comincia ora a far parlare il territorio e chi vi opera, cercando di coglierne le opportunità, i bisogni, anche solo qualche spunto, per esaltarne le iniziative e “fare” sviluppo. Non è un caso che il filo conduttore di questo numero sia il tema dell'orientamento al lavoro, della formazione, delle nuove opportunità. In realtà tutta la nostra attività, il nostro impegno, si misurano in termini di incontro tra domanda e offerta, di occasioni che si è stati capaci di cogliere e di aiutare a crescere.

Trend Expo, decima edizione del **Salone sull'orientamento al lavoro e sulla formazione dei giovani** che “apre” questo bollettino, è in questo senso una vetrina d'eccezione, una sorta di osservatorio privilegiato. Ma il principio che sottende ciascuna delle iniziative richiamate in **Agrifoglio** è quello delle nuove opportunità di crescita professionale ed imprenditoriale e, alla fine, del territorio, il quale al tempo stesso alimenta ed è alimentato da questi fenomeni.

E proprio perché lo sviluppo deve essere di sistema, abbiamo raccolto interviste ed esperienze anche di tecnici esterni all'**Aisia**, di imprenditori, di studiosi degli argomenti trattati. Per ascoltare innanzitutto, e per confrontarci.

L'approccio è evidente in particolare nello **Speciale territorio** – questa volta sul **Materano** – che inaugura un ciclo di approfondimenti sulle attività promosse nei diversi comprensori dall'Agenzia nei comparti agricolo e agroalimentare, sui contatti attivati e sulle prospettive di settore.

Una serie di esperienze di crescita condivisa con i protagonisti dell'area, insomma, per concorrere ad attivare quel circuito virtuoso di attrazione di nuove energie imprenditoriali che poi è l'essenza dello sviluppo.

Nuove energie, giovani. Perché come in *“Stopping by woods on a snowy evening”*, del poeta-menestrello americano **Robert Frost**, abbiamo *“...promesse da mantenere / e miglia da percorrere / prima di dormire ...”*.



Lavoro, come orientarsi

INTERVENTI

ENRICO SODANO * "Comunicare per guardare al futuro": è questo l'obiettivo di **Trend Expo 2004**, decima edizione del **Salone sull'orientamento, sulla formazione, sul lavoro, sulla cultura e sulla solidarietà**.

Un appuntamento divenuto ormai consuetudine, dedicato ai giovani interessati a trovare risposte ai propri bisogni di informazione ed orientamento nel percorso di crescita formativa e di avvicinamento al mondo del lavoro.

Diciannove convegni, 70 aree espositive, 17.000 visitatori: con queste credenziali, ottenute nell'edizione 2003, Trend Expo punta quest'anno a focalizzare l'attenzione su come occorra agire per comunicare il lavoro e la sua riforma, ampliando il programma attraverso un gemellaggio culturale con il **Salone della Solidarietà** promosso dalla **Provincia dell'Avana a Cuba** nel mese di dicembre.

Con una formula già sperimentata positivamente in passato, per quattro giorni, dal 19 al 22 maggio, Trend Expo offre una vetrina delle occasioni grazie alla quale il giovane potrà essere protagonista attivo e consapevole delle proprie scelte formative/professionali e di avvicinamento al mondo del lavoro.

Ma la riuscita dell'evento è frutto di sinergie efficaci: sui temi e sugli obiettivi del progetto collaborano attivamente, tra gli altri, i **Ministeri**, la **Regione Basilicata** e l'**Alsia**, le **Province di Potenza** e **Matera**, il **Comune di Potenza**, l'**Università degli Studi della Basilicata**, l'**Ufficio Territoriale del Governo di Potenza - Info Point Europa**, l'**Unione regionale delle Camere di Commercio**, i **sindacati**, la **Direzione regionale scolastica**, le **Associazioni di categoria**, le rappresentanze del mondo del-



l'Imprenditoria. Le aree espositive ed i momenti informativi, articolati tra seminari, workshop e laboratori, saranno suddivise per temi. Nell'area "UE, fondi strutturali e programmi comunitari", ad esempio, si parlerà dell'allargamento dell'Unione, dei programmi rivolti all'Obiettivo I e di come gli stessi abbiano ricadute sul territorio attraverso i **Pon**, i **Por** e lo sviluppo locale.

Nell'area "Mercato del lavoro e servizi per l'impiego" e delle "Professioni del nuovo millennio e il recupero degli antichi mestieri" si intende creare un atelier dei nuovi servizi per l'impiego, ed un contatto diretto ed immediato tra il mondo dell'impresa e i giovani.

Nella stessa area saranno anche con molta attenzione curati i temi della multimedialità.

Nell'area "Scuola, Università e Ricerca" si fornirà agli studenti delle scuole superiori, ai laureandi e ai laureati, un panorama dell'offerta formativa dei principali atenei, degli istituti di istruzione di livello universitario e delle scuole post-

laurea, oltre ad elementi sui progetti di ricerca e di sviluppo presenti sul territorio e finalizzati a possibili investimenti.

Nell'area "**Ambiente, cultura, tradizione, gastronomia e sviluppo del territorio**", dove tra l'altro si rafforza la collaborazione con l'**Alsia**, ora al terzo anno consecutivo, si punta a valorizzare il turismo, le risorse del territorio, le produzioni agroalimentari tipiche e tradizionali locali della Basilicata, e a individuare e promuovere le professioni collegate a questi settori così strategici per la Basilicata.

Nell'area "Welfare, cooperazione, volontariato", infine, si svilupperanno tutte le iniziative rivolte alla promozione di progetti e programmi di "politiche sociali, etica e solidarietà", anche con l'obiettivo di promuovere iniziative volte a sensibilizzare i partecipanti allo scambio, alla conoscenza ed alla valorizzazione di culture e tradizioni diverse.

* *Presidente Educational Service*
esodan@tin.it

10°
TREND EXPO
Salone dell'Orientamento, della Formazione,
del Lavoro, della Cultura e della Solidarietà

19/22 maggio 2004 < Campus Universitario < Potenza

AGRICOLTURA, sviluppo e giovani imprenditori



L'agricoltura italiana e il sistema agro-alimentare si trovano di fronte a uno scenario in continua evoluzione. La struttura agricola italiana deve recuperare efficienza e competitività favorendo soprattutto il ricambio generazionale degli imprenditori agricoli. Oltre il 50% delle aziende sono condotte da agricoltori con più di 55 anni e il 25% dei conduttori ha più di 65 anni, mentre gli imprenditori al di sotto dei 35 anni rappresentano appena il 4% del totale. In molti contesti marginali gli agricoltori hanno trovato conveniente abbandonare o contrarre l'attività produttiva, non più in grado di garantire un reddito sufficiente.

Politiche che promuovono l'inserimento dei giovani in un'agricoltura multifunzionale appaiono quindi opportune per favorire l'occupazione nel settore e stimolare uno sviluppo rurale sostenibile. I giovani, infatti, gestiscono aziende che, in media, risultano più ampie e redditizie, dimostrando una maggiore sensibilità verso l'adozione di pratiche agricole eco-compatibili.

Anche l'agricoltura lucana risente fortemente del generale processo di senilizzazione della popolazione rurale: oltre il 50% dei conduttori ha oltre 60 anni di età e poco significativa è la presenza dei giovani, che gestiscono cir-

ca il 5% delle aziende regionali. Lo sviluppo di iniziative imprenditoriali da parte dei giovani nell'agricoltura è pure frenato dai costi di avviamento dell'impresa agricola in rapporto alle prospettive di reddito. Risultano infatti elevati i prezzi di vendita dei terreni e dei fabbricati rurali, quelli di locazione dei fondi rustici, di acquisizione di quote produttive, di acquisto dei capitali di esercizio (macchine, bestiame, etc.).

Col POR, il Programma Operativo Regionale, 2000-2006, la Regione Basilicata ha puntato tra l'altro a soddisfare sia l'esigenza del ricambio generazionale che quella della modernizzazione delle aziende agricole.

A tale scopo, attraverso i bandi della relative misure del POR, viene concesso il sostegno ai giovani imprenditori che promuovono l'integrazione delle diverse fasi della filiera: produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli.

Da sottolineare come prospettive interessanti di sviluppo scaturiscano dalla capacità dei prodotti tipici e tradizionali di penetrare i mercati e di attivare sinergie efficaci con l'offerta turistica, nonché dall'espandersi del comparto agricolo biologico.

(*) *dottore in economia e amministrazione delle finanze*
acoraro@libero.it

ISTRUZIONI PER PUBBLICARE ARTICOLI E NOTIZIE SU AGRIFOGLIO

Agrifoglio - periodico dell'Agenzia Lucana di Sviluppo e di Innovazione in Agricoltura, ha finalità informative e divulgative, e si riferisce in particolare al contesto regionale dei comparti agricolo ed agroalimentare.

È possibile per chiunque collaborare col Bollettino?

Agrifoglio pubblica prioritariamente articoli e notizie elaborati da personale dell'Agenzia. Tuttavia sono ammesse anche collaborazioni esterne al Bollettino, volontarie ed esclusivamente a titolo gratuito. Chi volesse inviare materiale per la pubblicazione tenga presente che:

- ▶ i contenuti dovranno tendere al trasferimento pratico delle conoscenze tecnico-scientifiche dei comparti agricolo ed agroalimentare, o rappresentare le possibili ricadute sul territorio lucano di piani, programmi, norme, provvedimenti o eventi del settore;
- ▶ compresi gli spazi, gli articoli non potranno di norma superare le 3.500 battute dattiloscritte, mentre le notizie brevi dovranno avere una lunghezza massima di 1.500 battute;
- ▶ i testi dovranno essere generalmente sintetici, e privilegiare un linguaggio semplice e scorrevole.

La pubblicazione dei contributi sarà comunque subordinata alle decisioni del Comitato di Redazione.

Come inviare il materiale per la pubblicazione?

Per semplificare il lavoro di impaginazione grafica, i testi, le tabelle ed i grafici saranno redatti senza particolari formattazioni (maiuscolo, grassetto etc.) e forniti in formato .doc per quanto riguarda i testi e .xls per le tabelle.

Foto, diapositive e immagini originali dovranno essere forniti in formato digitale con estensione jpg, eps o tif, e con risoluzione minima di 300 dpi.

A chi bisogna consegnare il materiale?

Il materiale dovrà essere fornito su supporto magnetico all'Ufficio Relazioni con il Pubblico dell'Agenzia, in via Passarelli 27 - Matera, o inviato per posta elettronica all'indirizzo sgallo@alsia.it. Il materiale consegnato sarà restituito solo su richiesta dell'interessato.

... prospettive interessanti scaturiscono
dalla capacità dei prodotti tipici e tradizionali
di attivare sinergie con l'offerta turistica...

Formazione al via per giovani agricoltori

ANTONIO GENOVESE

Pronta la formazione per 333 giovani agricoltori. La **Giunta regionale di Basilicata**, con delibera n. 763 del 29.03.2004, ha infatti ridefinito il piano dei 18 corsi presentati dall'**Alsia** che curerà le attività di formazione e di tutoraggio nell'ambito della misura IV.17 del POR 2000/2006 (Formazione operatori agricoli).

I progetti formativi, presentati da altrettante società di formazione, sono stati selezionati attraverso un bando regionale, e sono destinati ai **giovani imprenditori agricoli** collocati nella graduatoria dei beneficiari del premio di **15.500 euro** di cui alla misura IV.10 del POR Basilicata 2000/2006.

L'obiettivo è quello di fornire alle nuove imprese agricole, tra l'altro, le conoscenze tecniche ed amministrative sulla gestione dell'azienda, nonché sulle moderne tecniche di coltivazione e di allevamento, sulla buona pratica agricola, sul biologico, sulla commercializzazione dei prodotti e sull'associazionismo.

Sono previste **200 ore** di corso da svolgere prevalentemente in aula, ed inoltre 4-5 stage presso aziende agricole o strutture produttive dell'agro-alimentare sia in Basilicata che fuori regione.

Le sedi dei corsi saranno **Tursi, Rapolla, Matera** (2 corsi), **Potenza** (3 corsi), **Rotondella, Avigliano, Montescaglioso, Pisticci, Genzano di Lucania** (2 corsi), **Francavilla sul Sinni** (2 corsi), **Aliano** (2 corsi) **Villa d'Agri**.

L'Alsia ha provveduto anche, attraverso la somministrazione di un apposito questionario, alla rilevazione dei fabbisogni e delle aspettative dei giovani imprenditori.

I risultati del sondaggio sono tuttora in corso di elaborazione.

PRESSO L'ALSIA TIROCINI DI ORIENTAMENTO

Saranno attivati presso l'**Alsia** alcuni tirocini di formazione e di orientamento in impresa per laureandi e laureati dell'**Università di Basilicata**. L'iniziativa, denominata "**Stage di Orientamento**", è stata messa a punto dall'Agenzia in collaborazione con il **Centro d'Ateneo di Orientamento Studenti** (C.A.O.S.) dell'Università lucana ai sensi della Legge 24 giugno 1997, n. 196.

L'obiettivo è quello di migliorare, attraverso specifiche esperienze formative e lavorative realizzate anche presso l'Agenzia, la consapevolezza delle scelte professionali degli studenti e dei giovani laureati.

La convenzione tra Alsia e C.A.O.S., in corso di perfezionamento al momento di andare in stampa, prevede che per ciascun tirocinante venga predisposto un progetto formativo e di orientamento, preventivamente approvato dall'Agenzia.

L'attività di tirocinio sarà seguita e costantemente verificata da un tutor designato dal Centro d'Ateneo e da un responsabile dell'Alsia.

Il tirocinio non costituirà comunque rapporto di lavoro con l'ente ospitante.



Tradizione e sviluppo con il pane IGP

MATERA, LA CITTÀ DEI SASSI, È ANCHE LA CITTÀ DEL PANE. UN PRODOTTO SIMBOLO DI QUESTA SPLENDIDA CITTÀ CHE CONTRIBUISCE A RACCONTARNE LA STORIA, LE TRADIZIONI, GLI USI ED I COSTUMI, FINO AD EVOCARE I TRATTI PIÙ AUTENTICI DELLA CIVILTÀ CONTADINA.

UN PRODOTTO IMPORTANTE ANCHE SUL PIANO SOCIALE ED ECONOMICO PER LA RICCHEZZA CHE PRODUCE, OLTRE 12 MILIONI DI EURO ANNUI, E PER L'ELEVATO NUMERO DI IMPRESE (PIÙ DI 130) E DI LAVORATORI (OLTRE 200) CHE VEDE COINVOLTI.



SALVATORE INFANTINO

Da ingredienti semplici e genuini come la semola rimacinata di **grano duro**, l'**acqua**, il **lievito naturale** ed il **sale**, i nostri maestri panificatori, con l'opera e la creatività quotidiana e con l'arte che si tramandano di generazione in generazione, fanno un pane con assoluti elementi di tipicità. Tra i più importanti possiamo citare la sua forma a **cornetto**, la crosta profumata e marrone come il colore della nostra terra, la sua mollica giallo ocra, morbida e piena di ampie occhiature. Questo prodotto sta per ottenere un importante riconoscimento dall'Unione europea: l'**indicazione geografica protetta (IGP)**. È stato infatti pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 51 del 2 marzo 2004 il disciplinare di produzione del **pane di Matera**.

Il disciplinare mira a valorizzare l'antica modalità di lavorazione del prodotto esaltandone la tipicità e legandolo intimamente al territorio di produzione.

L'uso di lieviti che si sviluppano nella Collina materana, la coltivazione di vecchie varietà locali di grano duro, la cottura

del pane nei classici **forni a legna** riscaldati con le essenze legnose locali, ne definiscono la carta di identità.

Con l'IGP si vuole tutelare e proteggere il patrimonio di tradizione e di cultura che il pane di Matera esprime e, nel contempo, valorizzarlo sul piano economico. I consumatori, oggi, sono sempre più attenti alla qualità del cibo e sono disposti a pagare un prezzo più alto per assaporare i prodotti legati alla radice rurale delle popolazioni lucane.

Occorre, però, realizzare un insieme di azioni perché un riconoscimento di tipicità si concretizzi in un contributo vero allo sviluppo economico del sistema produttivo locale. In diverse realtà produttive, esistono riconoscimenti IGP e DOP per prodotti che, paradossalmente, non possono essere ottenuti nel rispetto del relativo disciplinare di produzione.

Anche alla luce di questa considerazione, il percorso realizzato sinora per l'ottenimento dell'IGP al pane di Matera ha visto l'**Alsia** impegnata, oltre che in un ruolo di consulenza e di assistenza tecnica, in una fase articolata di sensibilizzazione del

Rossi, bianchi e spumante per una nuova DOC

FELICE VIZIELLI

Sarà "**Matera**" la nuova DOC, denominazione di origine controllata, per alcuni vini rossi, bianchi ed uno spumante del Materano. Il progetto, ora avviato, coinvolgerà il comparto vitivinicolo dell'intera provincia. Saranno **1.135** le aziende del territorio che potranno avvalersi di tale riconoscimento, per una superficie vitata complessiva di **1.335** ettari.

Il progetto, sviluppato per l'**Alsia** dall'**Azienda Agricola Sperimentale Dimostrativa "Chiancalata"**, si basa sulla condivisione degli obiettivi tra gli enti e gli operatori del comparto. Per questo, assieme all'**Alsia**, anche il **Dipartimento Agricoltura** della **Regione Basilicata - Ufficio Produzioni Vegetali**, le **Camere di Commercio di Matera** e **Potenza**, la **Federazione Regionale Coldiretti** di Basilicata, la **Confagricoltura** di Basilicata, la **Confederazione Italiana Agricoltori** e la **Copagri**

Basilicata hanno sottoscritto un protocollo d'intesa per la costituzione del Comitato promotore della DOC.

Il Comitato, la cui segreteria tecnica è curata dal nucleo di Divulgazione dell'Azienda "Chiancalata", ha approvato la proposta del Disciplinare di produzione della DOC "Matera" che prevede le seguenti tipologie di vino:

- ▶ "**Matera**" **Rosso**, Sangiovese minimo 60%, Aglianico minimo 10%, Primitivo minimo 10%;



... l'uso dei lieviti della Collina materana, la cottura nei classici forni a legna, definiscono la carta d'identità di un prodotto da valorizzare...



“Sinergie efficaci fra pubblico e privato”

sistema produttivo locale, finalizzata a realizzare un adeguato sistema di relazioni.

Grazie alla preziosa collaborazione dell'**Università degli Studi della Basilicata**, dell'**Associazione dei panificatori**, delle **Organizzazioni di categoria**, dei **mugnai locali**, oggi possiamo certamente dire che esiste un sistema di relazioni alla base della filiera del pane di Matera. Sistema di relazioni che sicuramente ha contribuito a quell'avanzamento della conoscenza che è la chiave di successo di tutti i percorsi di sviluppo.

La valorizzazione del prodotto, però, non si esaurisce con l'ottenimento dell'indicazione geografica protetta, riconoscimento certamente di grande prestigio per il prodotto e per la città.

Occorre che si prosegua nell'attività di promozione e valorizzazione con la stessa convinzione e con il sostegno degli enti locali, in un contesto di forte integrazione con le emergenze architettoniche, storiche, culturali, ambientali di cui Matera è tanto ricca.

- ▶ “Matera” **Primitivo**, Primitivo minimo 90%;
- ▶ “Matera” **Rosso Jonico**, Cabernet S. minimo 60%, Merot minimo 10%, Primitivo minimo 20%;
- ▶ “Matera” **Greco**, Greco bianco minimo 85%;
- ▶ “Matera” **Bianco**, Malvasia bianca di Basilicata minimo 70%, Greco bianco minimo 10%;
- ▶ “Matera” **Spumante**, Malvasia bianca di Basilicata minimo 70%, Greco bianco minimo 10%.

Tutte queste tipologie di vini dovranno provenire da vigneti con una produzione di uva pari a 10 tonnellate per ettaro. Allo stato attuale sono state raccolte più del 25% delle firme dei produttori necessarie per ottenere l'importante riconoscimento.

Tutta la documentazione necessaria sarà inviata tra breve al Ministero delle Politiche Agricole e Forestali.

GENNARO FABRIZIO Il pane di Matera potrà fregiarsi dell'importante riconoscimento IGP (**Indicazione Geografica Protetta**). Sarà commercializzato con un marchio che raffigura in primo piano due fasci di grano duro e, in prospettiva, la Cività di Matera con il campanile della Cattedrale sullo sfondo. Quindici i panificatori che hanno aderito sinora all'Associazione per la promozione e la valorizzazione del pane di Matera.

“È un importante risultato per la città – ha sottolineato **Massimo Cifarelli**, presidente del sodalizio – raggiunto grazie alla tenacia dei panificatori, con il sostegno del **Dipartimento Agricoltura della Regione Basilicata**, l'indispensabile supporto in termini di consulenza ed assistenza dell'**Alsia** e quello scientifico dell'**Università degli Studi della Basilicata**, oltre alla collaborazione delle **Organizzazioni di categoria**, della **Camera di Commercio di Matera** e del suo braccio operativo, l'**Agenzia Agri2000**.”

In realtà – ha aggiunto – la carta vincente è stata propria la capacità dei soggetti pubblici e privati, con il coordinamento dell'**Alsia**, di “fare sistema” attorno ad un'idea di sviluppo di un prodotto, quale il pane di Matera, che tanta importanza riveste nel tessuto socio-economico locale”.

L'Associazione è ora aperta a tutti i panificatori che vogliono aderire e produrre il pane IGP, purché rispettino il disciplinare.

“Siamo consapevoli – ha concluso Cifarelli – che il percorso forse più difficile ma sicuramente altrettanto entusiasmante inizia proprio ora. La sfida che come panificatori abbiamo raccolto è di proporre il nostro prodotto in un mercato più ampio rispetto a quello attuale, superando i confini della nostra regione e contribuendo così a promuovere la città dei Sassi nel territorio nazionale”.



Profumi e *colori* di un rito *antico*

GIOVANNI CASERTA Intorno al **pane di Matera** circolava un'aura di sacralità. Ciò, a dir la verità, era comune a tutta l'area mediterranea, dove il pane costituì sempre l'alimento primario, simbolo di ricchezza e di sopravvivenza nello stesso tempo. Il pane si mescolava ai riti della **religione**, dell'**amore**, del **matrimonio**. Non mancavano però significati morali più generali. Il pane fece tutt'uno con la fedeltà, con la semplicità, l'ospitalità e l'amiz-

Il culto e il valore del pane, ovviamente, si intensificavano tutte le volte che la povertà e la fame diventavano endemiche. Ciò accadde per tutto il **Medioevo** e in tutti i non rari periodi di grande carestia. Matera, al centro dell'area mediterranea, nel cuore della **Murgia**, visse questo mito e dramma del pane più che altre città.

Ciò dipese, oltre che dal clima e dalla predisposizione dei terreni, collinari, aridi e argillosi, anche e soprattutto dal fatto che la struttura economica della sua comunità fu, più pervicacemente che altrove, a carattere feudale. Il che prevedeva l'esistenza di numerosissimi salariati, cioè dipendenti di "**masserie**", cui il padrone dava soltanto quanto bastava perché potessero avere la forza di lavorare i campi. Ognuno tornava a casa solo ogni quindici giorni, per il cambio della biancheria e per il rifornimento del pane. Questo, perciò, come la biancheria, detta anche "**la mutanda**", doveva essere tale da durare fino a due settimane.

Il giorno della panificazione era per la massaia contadina una tappa obbligata nella settimana. I preparativi cominciavano la sera prima con il recupero del lievito, che era sempre di pasta. Lo si era conservato in un piccolo recipiente di argilla ("**uauat-tidd**") per una intera settimana, a partire dall'ultima panificazione. Talvolta lo si prendeva in prestito dalla vicina di casa, la "**comare**" prediletta, cui bisognava doverosamente restituirlo.

La sera prima della panificazione, lo si impastava con farina e acqua tiepida; il tutto si metteva in un recipiente di argilla più grande e piuttosto profondo (**majustr**).

Durante la notte tale impasto fermentava, pronto per un impasto più grande, la mattina successiva.

Le famiglie contadine erano tutte numerose. Mediamente, perciò, la massaia impastava fino a quindici chili di farina. C'erano, per ogni forno, due "infornate"; ma al sabato e in occasione delle grandi ricorrenze festive, come la **Bruna**, il **Natale** e la **Pasqua**, ci poteva essere una terza "infornata".

In tempi normali, la prima "infornata" era verso le 8,30-9 del mattino. La sera precedente il fornaio era passato per le strade dei **Sassi**, lanciando squilli di tromba e raccogliendo le prenotazioni dei cosiddetti "visitali", cioè degli "avvicendati" o clienti di turno. Agli squilli di tromba, intorno al **1950**, si sostituirono i sibili di un fischiello, per non disturbare troppo la quiete mattutina. La seconda "infornata" era anche detta della "apertura dei mulini", perché l'impasto cominciava dopo che si erano aperti i mulini e ci si era forniti della necessaria farina. L'infornata, in tal caso, cadeva intorno alle 11,30-12.

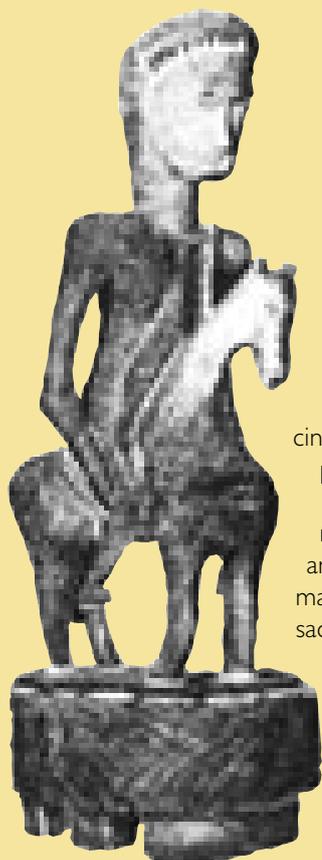
La massaia aveva allestito, al centro della sua grotta-abitazione, sotto l'unica e fioca lampada di casa, un'asse di legno o "tavoliere", sorta di madia dai bordi rialzati, in cui, fattosi il segno della croce, ella ammicchiava, in forma di cono, la farina. Dopo avervi fatto un largo foro al centro, a mo' di cratere, vi versava dentro la pasta lievitata della sera precedente, acqua tiepida e sale.

Cominciava allora il lungo lavoro di impasto. A pugni chiusi la massaia premeva e ripremeva sulla pasta, girandola e rigirandola senza sosta, ogni tanto bagnandola con altra acqua tiepida e sale. Quando finalmente la pasta era pronta, dopo un'ora circa, cioè quando si formavano le prime bolli-



... a pugni chiusi la massaia premeva e ripremeva la pasta, girandola e rigirandola senza sosta, ogni tanto bagnandola con acqua tiepida e sale...

DISEGNI DI UGO ANNONA, TRATTI DAL LIBRO DI ELEONORA BRACCO "ARTE DI PASTORI", EDIZIONI LA SCALETTA



cine, la si copriva ben bene con coperte di lana, perché lievitate. Il luogo preferito era il grande letto matrimoniale, non solo perché era ancora caldo dei corpi della notte, ma anche perché aveva qualcosa di sacro e di magico, quale simbolo dell'amore e della lievitazione della vita. Preferibilmente lo si collocava dalla parte in cui aveva dormito l'uomo.

Era, questo, il momento più delicato di tutta la panificazione, perché soprattutto da esso dipendeva la buona riuscita del pane (a parte, ovviamente, la qualità della farina di grano duro, dell'acqua e del lievito). Non per nulla, sulla massa posta a lievitare, a chiederne la protezione, con una sorta di spatola di ferro o con un coltello, si scavava un lungo segno di croce e si recitava una preghiera:

*"Cresci pane, come crebbe Gesù nelle fasce.
In nome del Padre, del Figlio e dello Spirito Santo".*

Bisognava, in particolare, stare molto attenti alle correnti d'aria fredda, anche se, nei Sassi, di correnti d'aria era difficile che ce ne fossero, avendo le grotte-abitazione una sola apertura. La lievitazione terminava dopo circa due-tre ore. Erano tempi pressoché costanti: sia d'estate che d'inverno, nelle case-grotte dei Sassi la temperatura si aggirava sempre intorno ai 15°, in qualunque stagione.

La massaia si rendeva conto del livello della lievitazione dai movimenti delle coperte, che davano l'impressione di custodire un corpo vivente. Quindi, allorché la lievitazione era completata e il fornaio era già prossimo ad arrivare, la

donna procedeva alla divisione della massa in "pezzi", che andavano dai tre ai cinque chili. C'era anche un pezzo particolarmente piccolo "p'zzarid", che era il più ricco di crosta e il più profumato, ed era il primo ad essere consumato, quasi in segno di gioia e di festa.

Il fornaio, passato a prendere il pane, lo portava via allineato e coperto su una lunga tavola di legno, ben equilibrata. Insieme con il pane, spesso c'era una focaccia che, infornata e sfornata prima del pane, cotta sulla nuda pietra del forno o "chianca", serviva da prova circa la buona riuscita dell'impasto.

Poco dopo, anche la massaia raggiungeva il forno, che era luogo di incontro e di intrattenimento, quasi un salotto popolare tutto al femminile. Ogni donna seguiva con apprensione le sorti del proprio pane, contrassegnato da un "marchio" di riconoscimento. C'erano per ciò appositi "timbri" in legno duro, e poi anche in ferro, con un simbolo effigiato e le lettere del nome e cognome del capofamiglia. I simboli alludevano normalmente alla fertilità, oppure facevano riferimento alla forza e al potere.

Il forno era normalmente scavato nella porosa roccia tufacea, quindi senza alcuno spiraglio di uscita del calore e degli odori. Dentro ardeva legna prevalentemente di macchia mediterranea (fascine di lentisco insieme con legna di quercia), particolarmente profumata.

Al momento giusto, il portello di chiusura del forno veniva rimosso e si tiravano fuori forme, per lo più alte e rotonde, ma anche "schienate" (tipo "cornetto"), dal colore dell'oro antico e dal profumo inconfondibile. Quando il fornaio, o il suo garzone, arrivavano davanti alla casa della cliente e portavano il pane finalmente cotto, era un segno di sollievo e di soddisfazione.

Si respirava il senso dell'abbondanza. Per una settimana l'alimentazione della famiglia era assicurata. Il pane non si poteva e non si doveva buttare, come non si possono buttare gli oggetti sacri. Si poteva buttare altro, anche di maggior valore, ma il pane no. Perché "non voleva Cristo".



Un paniere di *sapori* nel Parco rupestre

FRANCO MARTINA

Se l'offerta turistica dell'Ente Parco della Murgia materana è avviata a promuovere sapori e prodotti del comprensorio rupestre, un riconoscimento va al prezioso e professionale apporto dell'Alsia, che stimola il territorio a investire nella ricerca, nella tutela e nella promozione dei genuini prodotti della buona tavola lucana.

Concetti e programmi che hanno trovato nell'Ente Parco un valido partner, pronto a valorizzare il territorio murgiano oltre che attraverso il patrimonio artistico, storico e ambientale, anche con le produzioni e i sapori della tradizione agro-silvo-pastorale.

"L'Ente – ha detto il presidente del Parco, **Roberto Cifarelli** – ha attivato un progetto per la costituzione di un paniere dei prodotti tipici che, di concerto con l'Alsia, ha consentito di avviare una stretta collaborazione con i produttori residenti nell'area del Parco e, quindi, di promuovere e imbottigliare "Selva Venusio" e "Tempa Rossa", rispettivamente l'olio e il vino del Parco. I due marchi, entrambi registrati, insieme al marchio del Parco – il **Falco Grillaio** – costituiranno il patrimonio di partenza di **Parcomurgia srl**, la società di scopo che il Parco ed i produttori sono in procinto di costituire per la realizzazione delle filiere del paniere, dalla produzione alla commercializzazione.

La garanzia di qualità sarà data dall'applicazione di disciplinari di produzione. Nel paniere finiranno anche le produzioni casearie e da forno, accanto a quel pane di Matera che ha ottenuto

l'identificazione geografica protetta. A tutto questo aggiungiamo i positivi risultati ottenuti dal Corso di arte del buon gusto: "la cucina tipica della Murgia", avviato in collaborazione con l'Istituto alberghiero di Stato "Antonio Turi" di Matera, che ha promosso tra i fornelli 16 nuovi cuochi provetti. Quanti visiteranno il Parco della Murgia materana avranno un motivo in più per ricordare le immagini, la natura e la storia di un comprensorio di mille itinerari, uno degli quali percorribile alla ricerca di sapori genuini sotto il segno del falco grillaio".

Ambiente, turismo, formazione, itinerari costituiscono il piatto forte delle attività dell'Ente, con una corposa e varia offerta di eventi inseriti nel **Parcomurgia-festival 2004**, che portano alla riscoperta degli antichi riti della mietitura, della transumanza e della vinificazione. Turisti quasi presi per la gola, dunque, legando a filo

Col Basso Sinni per promuovere l'arancia staccia

Gli agrumi in Basilicata hanno una storia molto antica. La loro introduzione risale al dominio arabo e la coltivazione si concentrò lungo i fiumi Agri e Sinni, laddove era presente la risorsa idrica.

Nel corso dei secoli sono stati moltiplicati direttamente dagli agricoltori diversi ecotipi locali di arancio, con la selezione di alcune varietà come la "Staccia di Tursi e Montalbano", il "Biondo o Golden di Tursi" e il "Biondo o Golden di Montalbano", tutte a polpa bionda. Fino a 10 anni fa la coltivazione ha interessato diversi campi grazie ai buoni risultati commerciali conseguiti. Le arance, a maturazione tardiva, venivano collocate sui mercati campani per il consumo fresco, ed in annate particolarmente produttive venivano conferite all'industria di trasformazione per la produzione di "succhi freschi". Il minore interesse commerciale verificatosi negli ultimi anni, l'età delle piante, la notevole frammentazione dei campi ha determinato l'abbandono degli stessi con una contrazione delle superfici. L'Alsia, per la valorizzazione di alcuni prodotti tipici dell'area, in particolare dell'arancia "Staccia", ha stipulato un protocollo d'intesa con la **Comunità Montana "Basso Sinni"**. Il programma prevede azioni che riguardano ricerche storiche, indagini sulle superfici coltivate, recupero e conservazione *in situ* del germoplasma, valutazione agronomica e pomologica degli ecotipi selezionati, verifica delle potenzialità commerciali e diffusione dei cloni migliori. Con queste attività, inoltre, si cercherà di caratterizzare gli ecotipi più interessanti in modo da consentire il conseguimento di marchi di tutela e valorizzazione.

CARMELO MENNONE

... dopo l'olio e il vino, anche prodotti caseari e da forno, oltre al pane di Matera, per coniugare ambiente e turismo nello sviluppo della Murgia...

doppio la promozione delle risorse ambientali ai piaceri della buona tavola.

L'Ente Parco ha aderito alle **Aree prodotte delle Colline materane e delle Aree protette**, che l'**Azienda regionale di promozione turistica** e l'**Assessorato regionale alle Attività produttive** hanno individuato per meglio promuovere la Basilicata. Ha pure aderito al Gal "Bradonica" per la partecipazione al programma comunitario **Leader Plus** insieme ai comuni della fascia bradanica ed a soggetti privati. È stato tra i promotori del comitato per il progetto Basilicata cinema, uno strumento che intende attivare la **Film Commission** promuovendo l'intero territorio regionale e le sue innumerevoli risorse nel settore delle produzioni cinematografiche e documentaristiche.

Il Parco, inoltre, è presente alle più importanti vetrine di promozione turisti-

ca. Tra queste **Mediterre** a **Otranto** (Lecce), **Ecotur** a **Pescara** ed a **Genova**. "Stiamo lavorando a progetti che intendono incrementare la presenza di un turismo qualificato e sostenibile nell'area del parco, utilizzando al meglio le risorse - ha aggiunto Cifarelli - sia con le guide turistiche formate che con le potenzialità dei centri visita. "A passo di lumaca nel Parco", una formula che lega treno, trekking e mountain bike, consentirà già da questa stagione di visitare l'area rupestre partendo da **Bari** e giungendo a **Matera**, quindi a **Montescaglioso** fino a **Metaponto** e ritorno in treno nel capoluogo pugliese. Ma abbiamo pensato anche di utilizzare al meglio le potenzialità delle strutture ricettive locali. Stiamo lavorando a un protocollo d'intesa con i titolari di **aziende agrituristiche**, che sono all'interno o in area limitrofa al Parco.

L'iniziativa, denominata "**In compagnia**



nel Parco della Murgia materana", consentirà di offrire un servizio agli operatori agricoli che hanno inteso avviare le attività tradizionali come quella dell'ospitalità. Intendiamo, così, incentivare modelli di turismo alternativo e più "naturali".

Il Parco metterà gratuitamente a disposizione degli ospiti delle strutture per agriturismo le guide iscritte al proprio

Assistenza alle imprese agroalimentari: intese con la CIAAA

Consolidare e promuovere specifici interventi per rafforzare le imprese agroalimentari, per valorizzare i prodotti attraverso la certificazione, la tracciabilità e la sostenibilità, promuovere e tutelare la qualità delle produzioni agroalimentari del territorio provinciale. Sono questi gli obiettivi di un protocollo d'intesa siglato tra l'**Alsia** e la **Camera di Commercio di Matera**, da perseguirsi attraverso progetti comuni che razionalizzano l'uso delle risorse tecniche e finanziarie.

Punto di partenza dell'intesa, la consapevolezza dell'importanza che riveste la **certificazione** nell'agroalimentare e dei vantaggi che essa offre in termini di miglioramento della organizzazione aziendale e di aumento della capacità di penetrazione dei prodotti nel mercato.

All'Alsia il compito di curare l'impostazione del modello organizzativo di filiera, le analisi delle fasi tecnico-produttive della filiera agroalimentare fino alla commercializzazione del prodotto, e l'assistenza, insieme alla Camera di Commercio, alla certificazione della produzione agroalimentare ed alla costituzione del Consorzio di Tutela. L'ente camerale assicurerà pure le attività di **promozione** e **orientamento** per l'accesso al credito e alle agevolazioni finanziarie, nonché l'assistenza alla **commercializzazione** dei prodotti certificati.



Il Registro dei trattamenti

ARTURO CAPONERO Il "Quaderno di campagna", che prevedeva la registrazione dei trattamenti fitosanitari effettuati nelle aziende agricole, fu istituito nel 1987 dal **Ministero della Sanità** ma, proroga dopo proroga, non è mai stato applicato anche a causa delle forti resistenze espresse dalle associazioni di categoria.

Pochi anni fa, con il DPR n. 290/01 - relativo al Regolamento di semplificazione dei procedimenti di autorizzazione alla produzione, alla immissione in commercio ed alla vendita di prodotti fitosanitari - il quaderno di campagna è stato definitivamente sostituito da uno strumento più snello: il **Registro dei trattamenti**, entrato in vigore già dall'agosto del 2002.

Ad oltre un anno dalla pubblicazione (Gazzetta ufficiale del 5 febbraio 2003) della Circolare ministeriale applicativa del DPR 290/01 che ne chiariva alcuni aspetti, e nonostante l'ampia adesione delle aziende agricole al regolamento CEE 2078/91, che prevede l'obbligo della registrazione di una serie di operazioni colturali tra le quali i **trattamenti fitosanitari**, il Registro dei trattamenti è ancora assente in molte aziende.

Ricordiamo, invece, che la sua compilazione è un **obbligo di legge**, oltre che un utile strumento nell'ambito dei piani di monitoraggio e di controllo ufficiale realizzati sul territorio. Scopo del registro, infatti, è quello di fornire il quadro complessivo della pressione "ambientale" derivante dall'utilizzo dei prodotti fitosanitari nell'azienda. Dal registro possono essere ricavate essenziali informazioni circa la correttezza degli usi dei prodotti fitosanitari sotto il profilo ambientale, fitosanitario ed economico, oltre che sanitario.

Le differenze sostanziali rispetto al vecchio Quaderno di campagna sono che il Registro dei trattamenti non deve essere vidimato e non prevede la trasmissione di schede di acquisto o di utilizzazione alle autorità competenti. Si tratta, in definitiva, di un semplice registro cronologico in cui vengono annotati i dati dei trattamenti per coltura.

Schematicamente gli adempimenti consistono nei seguenti punti:

1 ► conservazione per un anno delle fatture di acquisto dei fitofarmaci e della copia del modulo d'acquisto dei prodotti classificati come molto tossici, tossici e pericolosi;

2 ► registrazione, entro 30 giorni dall'acquisto del prodotto o dall'avvenuto trattamento, di:

- dati anagrafici dell'azienda;
- tipo di coltura, estensione e data di semina (o trapianto), inizio fioritura e raccolta;
- data, tipo di trattamento, quantità impiegata e avversità.

Il registro dei trattamenti va conservato almeno per l'anno successivo a quello a cui si riferiscono gli interventi annotati.

Singolare il fatto che la nuova normativa non preveda sanzioni in caso di inadempimento. Il DPR 290/01, infatti, ha abrogato la normativa pregressa relativa al quaderno di campagna (che prevedeva, per la mancata tenuta della registrazione, una sanzione pecuniaria da £. 1.000.000 a £. 6.000.000), demandando la definizione delle sanzioni ad un successivo provvedimento che, ad oggi, non è stato ancora emanato.

caponero@alsia.it



Commento climatico marzo/aprile

AGROMeteo

a cura di
Emanuele Scalcione



Marzo e la prima decade di **aprile** si sono caratterizzati per un andamento climatico tipicamente primaverile, con una elevata instabilità a causa delle frequenti perturbazioni atlantiche ed africane che, interessando la nostra regione, hanno causato precipitazioni molto intense, soprattutto sul versante occidentale che si conferma tra le aree più piovose d'Italia. Per quanto concerne la temperatura, essa è stata sostanzial-

mente nella norma. Infatti confrontando i dati medi storici (10,6 °C la temperatura media del **Metapontino**) con i dati registrati, si può desumere come solo nelle giornate con cielo sereno si siano avuti scostamenti sostanziali (7-8°C nella seconda decade di marzo), mentre per quanto riguarda le temperature minime, non sono stati registrati particolari abbassamenti termici.

Quindi per quest'anno sembra scongiurato il pericolo delle gelate tardive che tanti danni hanno arrecato all'agricoltura lucana negli ultimi due anni, con particolare riferimento alle zone vocate per le primizie.

Da osservare inoltre, che nelle giornate più soleggiate l'escursione termica giornaliera (differenza tra la temperatura massima e minima) ha superato i 18°C.

Per quanto riguarda le precipitazioni, una maggiore variabilità nel periodo considerato è stata registrata tra le diverse aree in cui può suddividersi la regione. Le piogge più abbondanti si sono avute nell'**Alta Val d'Agri** e nel **Pollino-Lagonegrese** con una quantità complessiva di

circa 180 mm, mentre nel **Metapontino**, **Materano**, **Senise** e **Lavellese** sono stati registrati quantità comprese tra i 32,8 ed i 73,6 mm (vedi tabella).

Considerato l'andamento climatico di questi primi mesi, anche per le cultivar più esigenti è stato allora soddisfatto il fabbisogno in freddo, poiché il numero di ore accumulate ha superato le 900 (metodo che considera le ore a temperatura < +7°C). Con il metodo UTAH ha addirittura superato le 1.100 unità. Pertanto non si prevedono squilibri fisiologici, anche per le cultivar più esigenti.

La temperatura del terreno è in costante crescita. Ad oggi a 20 cm di profondità, nelle zone più calde e precoci (**Metapontino** e **Lavellese**), ha superato i 15°C, mentre l'evapotraspirazione potenziale (ET_o) è di circa 3 mm/g. ●

Responsabile SAL
Emanuele Scalcione
escalcione@alsia.it

Collaborazione
Pasquale Latorre

Temperature (C°)

DECADE	Metapontino			Materano			Senise			Val d'Agri			Valle Mercure			Lavellese		
	MED	MIN	MAX	MED	MIN	MAX	MED	MIN	MAX	MED	MIN	MAX	MED	MIN	MAX	MED	MIN	MAX
I mar	6,9	0,2	14,1	5,6	-1,2	13,4	5,2	-1,6	12,8	3,0	-3,8	11,0	4,1	-1,4	11,7	4,8	-0,7	12,8
II mar	11,9	2,8	23,8	10,7	1,2	23,3	10,7	1,6	22,6	8,9	-0,5	20,4	9,8	1,0	20,4	9,9	-0,5	22,8
III mar	11,4	3,9	15,6	10,3	3,6	19,5	10,2	4,5	19,1	8,0	2,2	16,8	8,8	2,0	17,1	9,6	2,2	18,6
I apr	13,9	6,5	21,8	13,1	5,5	21,1	12,9	6,0	20,3	11,0	3,6	20,5	12,0	5,8	21,9	12,5	4,4	20,8
II apr	13,0	4,8	20,6	11,6	4,3	20,1	11,2	3,4	19,5	9,4	0,2	18,1	9,9	2,7	18,9	10,5	2,6	18,5
III apr	14,7	8,2	23,8	13,7	7,0	22,3	13,0	6,1	22,0	10,6	2,0	19,8	12,3	6,0	21,6	12,8	5,6	22,4

Umidità relative medie (%), precipitazioni ed evotraspirazione potenziale (mm)

DECADE	Metapontino			Materano			Senise			Val d'Agri			Valle Mercure			Lavellese		
	MED	PREC	ET _o	MED	PREC	ET _o	MED	PREC	ET _o	MED	PREC	ET _o	MED	PREC	ET _o	MED	PREC	ET _o
I mar	65,2	32,4	1,5	67,8	21,4	1,4	69,0	31,2	1,4	75,2	76,4	1,0	71,3	94,0	1,0	70,0	13,6	1,4
II mar	70,6	1,2	2,1	70,1	1,4	1,8	69,9	0,6	1,7	72,5	16,6	1,2	72,5	15,2	1,2	70,9	1,8	1,8
III mar	72,8	21,6	2,0	74,2	22,0	1,7	76,9	19,4	1,6	80,0	51,4	1,1	78,5	75,6	1,1	71,9	10,4	1,7
I apr	78,3	18,4	2,8	76,5	15,8	2,5	75,5	15,8	2,4	78,1	19,0	2,0	76,4	7,6	1,9	73,0	7,0	2,6
II apr	75,2	20,0	3,2	75,7	28,8	3,1	76,1	24,2	3,0	82,1	48,6	2,4	83,0	99,4	2,5	76,8	33,8	3,0
III apr	76,1	23,8	3,8	76,0	15,0	3,7	75,7	27,6	3,6	77,6	21,6	2,8	76,9	16,0	2,8	77,3	29,2	3,7

Approvato il programma di *promozione* dei **prodotti tipici**

REGIONANDO

*a cura dell'Ufficio Stampa
della Giunta Regionale*

Tipicità, genuinità, provenienza da un'area geografica ben determinata sono i principali concetti che saranno veicolati attraverso il programma di "Promozione integrata del settore agroalimentare" approvato dalla Giunta regionale, su proposta dell'assessore **Donato Salvatore**, nell'ambito del Piano triennale dei servizi di sviluppo agricolo 2003 - 2005.



La strategia complessiva terrà conto di tutti i protagonisti del marketing collettivo del settore: il **Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale**, l'**Alsia**, il **Dipartimento Attività Produttive**, la **Struttura di Progetto Promozione dell'Immagine del Dipartimento Presidenza della Giunta**, l'**Azienda Regionale di Promozione Turistica**, le **Camere di Commercio**, le **Soprintendenze regionali**, i **Comuni** e le **Associazioni**, prime fra tutte le **ProLoco**, le **scuole** o i **ristoranti**.

Il Programma sarà finalizzato alla promozione dei prodotti agricoli ed agroalimentari tipici inseriti nel Catalogo dei prodotti Tipici della Regione Basilicata, compresa la loro trasformazione. Particolare attenzione verrà posta alle produzioni derivanti da coltivazioni biologiche ed integrate. Verranno prese in considerazione anche le attività agrituristiche, dell'enoturismo, del turismo enogastronomico e dello Sviluppo Rurale in generale, perché consentono una integrazione di reddito per l'agricoltura. (pat)

La scuola "Gramsci" vincitrice del concorso "Che gusto c'è"

Con un lavoro dedicato all'olio ed all'olio, la classe quinta A della **Scuola elementare "A. Gramsci"** di **Marconia di Pisticci** è la vincitrice, per la **Basilicata**, del Concorso di educazione alimentare "Che gusto c'è" organizzato dal **Ministero delle Politiche agricole e Forestali**, dall'**Ismea** (Istituto servizi mercato agricolo e alimentare), dalle **Edizioni Giunti**, in collaborazione con il **Dipartimento Agricoltura** della **Regione Basilicata**. Il Concorso, riservato alle scuole del II ciclo delle elementari, rientra in una capillare campagna informativa avviata nelle scuole sull'alimentazione tesa a scoprire, valorizzare e far conoscere ai giovani i prodotti tipici, la gastronomia e l'agricoltura.

Il fine del premio, che prevedeva la realizzazione da parte delle varie classi del **gioco dell'oca** dedicato ad un prodotto tipico della regione, è stato quello di raccontare la storia delle produzioni regionali scoprendone le qualità, la bontà e la naturalezza e il modo di produrle, avvicinando i ragazzi alle tradizioni e alle radici del proprio territorio.

Al premio nazionale hanno partecipato **170 mila classi**, per un totale di **3 milioni** di alunni. Le classi vincitrici (una per ogni regione d'Italia) parteciperanno

ad un soggiorno di tre giorni in un'azienda agrituristica fuori della propria regione. Inoltre si incontreranno a fine maggio a Roma in occasione della giornata di premiazione ufficiale nella quale è prevista la presenza del presidente della Repubblica.

Zootecnia: contributi per l'acquisto di bestiame

La Regione Basilicata concederà contributi alle aziende zootecniche in cui sono stati abbattuti tutti i capi di bestiame a seguito dei piani di risanamento e profilassi, per consentire con l'acquisto di animali riproduttori di qualità pregiata la continuità delle attività di allevamento.

Lo ha deciso la Giunta regionale, su proposta dell'**Assessore all'Agricoltura e Sviluppo rurale, Donato Salvatore**. Potranno beneficiare del contributo le aziende zootecniche che allevano bovini, bufalini, ovini e caprini, regolarmente registrate presso le Aziende sanitarie locali.

La richiesta di contributo dovrà essere presentata alla Regione Basilicata entro 60 giorni dalla data di abbattimento totale degli animali, mentre per gli abbattimenti effettuati precedentemente, il termine è di 90 giorni e si calcola dalla data di pubblicazione della delibera sul Bur. (nic)



Nel Sauro si certifica olio extra vergine d'oliva

NICOLA LIUZZI Da quest'anno un nuovo olio, prodotto ed imbottigliato in Basilicata, si aggiunge al panorama regionale degli oli extra vergini. Si tratta di un olio certificato, ottenuto nell'alta valle del **Sauro** nei comuni di **Corleto Perticara**, **Guardia Perticara** e **Missanello**.

L'olio extra vergine di oliva "Sauro", questo il nome del prodotto, è il risultato finale di un progetto pilota promosso e realizzato dall'**Alsia** su sollecitazione della **Comunità Montana "Camastra Alto Sauro"** di Corleto Perticara (PZ) e finalizzato alla valorizzazione dell'olio attraverso un processo volontario di certificazione al quale hanno aderito olivicoltori e trasformatori della zona.

Il progetto ha portato alla nascita di una filiera dell'olio d'oliva nell'area interessata dall'iniziativa, con il coinvolgimento di operatori che, su base volontaria, hanno adottato un disciplinare di produzione ed un protocollo di controlli finalizzati a garantire l'origine del prodotto (tracciabilità), la conduzione degli oliveti secondo i criteri dell'agricoltura integrata, caratteristiche chimiche e sensoriali ottimali dell'olio.

Il gruppo di operatori che ha partecipato all'iniziativa nel 2003 ha dato vita all'**Associazione Olivicoltori del Sauro** (Corleto Perticara) con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo della filiera in questa zona interna della Basilicata.

L'Alsia ha coordinato la realizzazione del progetto attraverso l'**Azienda Agricola Sperimentale Divulgativa "Barderta delle Murgine"** di Aliano, e con il supporto tecnico-scientifico del **Dipartimento di Biologia dell'Università di Basilicata** (Laboratorio di Chimica degli Alimenti) che ha curato le analisi del prodotto, nonché dell'istituto di certificazione **Is.Me.Cert** di Napoli, che verifi-

ca la corretta gestione del processo di produzione durante tutte le fasi del disciplinare.

Nella fase preliminare del progetto, il prodotto si è sviluppato attraverso la stesura del disciplinare e del regolamento tecnico, l'aggregazione di un gruppo di olivicoltori, l'adesione al progetto dei frantoi, l'individuazione di un Ente terzo di certificazione accreditato per il controllo del disciplinare e la stesura del piano dei controlli del disciplinare.

Successivamente, nella fase operativa, l'Agenzia ha assicurato l'assistenza tecnica in campo alle aziende aderenti al progetto attraverso il proprio **Servizio di Difesa Integrata (SeDI)**, la consulenza nella tenuta dei quaderni di campagna, l'organizzazione e calendarizzazione delle raccolte con la formazione dei lotti di olive. Si è poi proceduto al controllo delle operazioni di trasformazione in frantoio, alle analisi chimiche e sensoriali effettuate in linea presso il frantoio e ripetute presso il laboratorio di chimica degli alimenti dell'Università di Basilicata. Quindi la formazione dei lotti di olio, con la descrizione del profilo sensoriale degli oli e l'imbottigliamento.

Il disciplinare adottato dai produttori riuniti nell'Associazione garantisce:

- ▶ l'origine del prodotto, attraverso un sistema di tracciabilità;
- ▶ la conduzione degli oliveti secondo i criteri dell'agricoltura integrata;
- ▶ acidità libera dell'olio inferiore a 0,5%;
- ▶ numero di Perossidi inferiore a 12 meq $O_2/100g$;
- ▶ K_{232} inferiore a 2.

È stato quindi stabilito che l'olio "Sauro" si caratterizzasse per livelli più restrittivi rispetto ai valori che descrivono, per legge, la categoria degli oli extra vergini

OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA SAURO



e che sono direttamente correlabili con la freschezza e la conservabilità del prodotto.

I produttori sono assoggettati ad un piano dei controlli del disciplinare al fine di assicurare il rispetto degli elementi garantiti, controlli che vanno dal campo alla bottiglia. Tutte le confezioni sono accompagnate da una serie di informazioni aggiuntive per il consumatore relative alle diverse fasi del processo di produzione, alle proprietà sensoriali ed alle proprietà salutistiche dell'olio.

Come irrigare? La risposta via web

PIETRO ZIENNA Come razionalizzare l'uso delle risorse idriche in azienda?
Ci pensa **IrriWeb Basilicata**, un servizio di assistenza irrigua in ambiente Internet realizzato in collaborazione tra l'**Alsia** e le società **AltaVia** di **Bologna** e **Metapontum Agrobios** di **Metaponto**.

Irriweb è al terzo anno di attività, e consente di determinare i volumi di adacquamento ed i momenti più opportuni dell'intervento irriguo per mantenere la coltura in condizioni ottimali di rifornimento idrico. Questo servizio di assistenza all'irrigazione a livello aziendale integra ed amplia la gamma di informazioni che l'**Alsia** giornalmente mette a disposizione degli imprenditori agricoli. In due anni di attività, l'attenzione ai consigli irrigui è molto cresciuta, come confermato dall'incremento degli utenti registrati (79 nel 2002, oltre 300 nel 2003) e dal numero di accessi al servizio (15.000 nell'ultimo anno, contro 1.900 della stagione precedente).

Il sistema è costituito da tre moduli:

- 1 ► modulo di input: attraverso il quale l'utente immette i dati di base per il calcolo.
- 2 ► modulo di calcolo: esegue il calcolo del bilancio idrico.
- 3 ► modulo di output: restituisce all'utente il risultato delle elaborazioni.

È consentito accedere liberamente alle informazioni.

L'eventuale registrazione dell'utente agevola comunque la fruizione del servizio ripetuta nel tempo. Il bilancio idrico calcola giornalmente l'umidità del terreno a partire dalla data dell'ultima irrigazione, ovvero dall'inizio del ciclo colturale per l'utente registrato, fino al quarto giorno successivo alla data di lancio del programma.

La base del calcolo è fatta con i dati agrometeo della rete del **SAL**, il **Servizio Agrometeorologico Lucano**. Il valore di umidità è confrontato con una soglia di intervento variabile con la coltura, con la fase fenologica e con il metodo irriguo, e si ricava la data ed il volume di intervento che sono comunicati all'utente attraverso pagina web e/o messaggia telefonica (sms) inviati ad un numero di telefono cellulare.

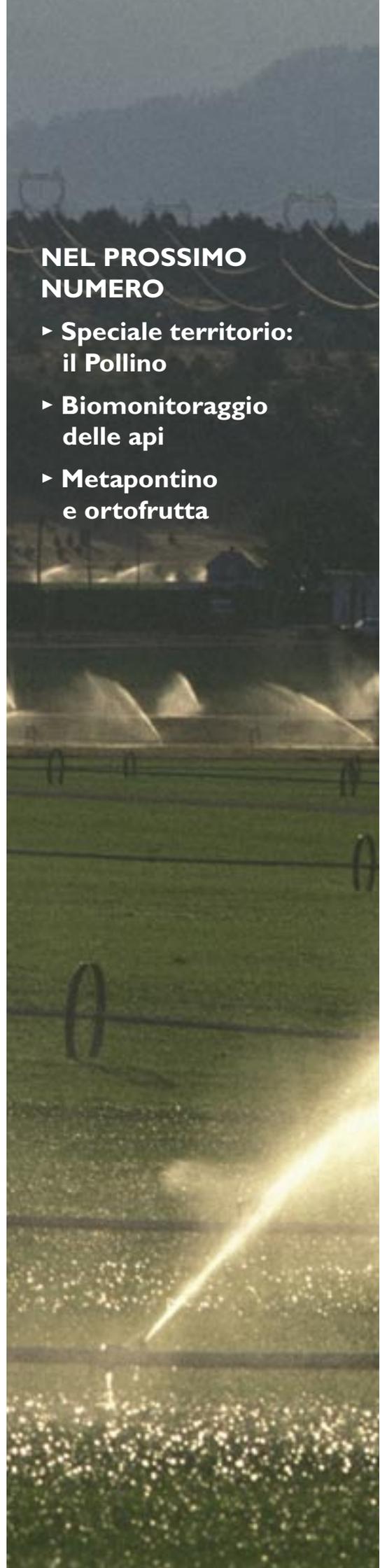
Con l'attivazione del Servizio IrriWeb l'Agenzia, oltre ad elaborare un consiglio irriguo a livello aziendale, produce piani di fertirrigazione, assistenza tecnica per gli impianti irrigui, collaudo e trasferimento delle innovazioni tecnologiche di settore, monitoraggio dei consumi evapotraspirativi colturali, diffondendo tra l'altro il concetto di risparmio idrico.

È obiettivo dell'Agenzia far rientrare questo servizio nel "pacchetto" del codice di **Buona Pratica Agricola**, a cui l'agricoltore dovrà attenersi per poter usufruire dei premi comunitari.

Irriweb è accessibile tramite internet all'indirizzo www.alsia.it.

NEL PROSSIMO NUMERO

- **Speciale territorio:
il Pollino**
- **Biomonitoraggio
delle api**
- **Metapontino
e ortofrutta**



Uomini e mezzi sul territorio



Le Aziende Agricole Sperimentali Dimostrative

Baderta delle Murgine

Responsabile: **dott. Nicola Liuzzi**

s.s. 598 Val d'Agri, Km 86,500

Aliano (MT)

Tel. 0835 564122

La superficie totale è di 114 ettari, e ricade nell'area golenale del fiume Agri. Prevalgono i seminativi (60 ettari), mentre i soprassuoli boscati si estendono per 15 ettari circa. Presenti anche superfici con liste varietali di pero e nashi (pero giapponese), ed altre ad olivo.

Bosco Galdo

Responsabile: **dott. Antonio Imperatrice**

Via Grumentina 118 - Villa D'Agri di Marsicovetere (PZ)

Tel. 0975 352547

È costituita da un corpo unico di ha 6,5, con un ordinamento produttivo ortofrutticolo finalizzato a scopi sperimentali e dimostrativi. Oltre al centro aziendale, sono presenti una serra-vivaio ed un essiccatore. Di recente vi è stato istituito un laboratorio di prima diagnosi fitopatologia.

Chiancalata

Responsabile: **dott. Giuseppe Giacipoli**
C.da Rondinelle, c/o Istituto Tecnico Agrario "G. Briganti"

Tel. 0835 309194

Ospitata da alcuni anni presso l'Istituto Tecnico Agrario "G. Briganti" di Matera, opera in un comprensorio per lo più collinare composto da 16 comuni del Materano. Oltre il 60 % della S.A.U. è destinato a seminativi. Da sottolineare la presenza sul territorio di alcune aree protette.

Gaudio

Responsabile:

dott.ssa Loredana Lanzellotti

SS.93 Km. 44.5 - Lavello (PZ)

Tel. 0972 82040

È ubicata in agro di Lavello, in provincia di Potenza, a pochi chilometri dal confine con la Puglia.

Costituita da un corpo unico di ha 44,60, ha indirizzo produttivo prevalentemente ortofrutticolo, e le colture sono servite da un impianto d'irrigazione centralizzato e computerizzato.

Incoronata

Responsabile:

dott.ssa Antonia Straccamore

ss. Monticchio laghi Km.2,1 - Melfi (PZ)

Tel. 0972 24212

Situata nell'omonima contrada in agro di Melfi (PZ), a nord-est del Monte Vulture, è composta da un unico corpo aziendale di ha 9,96. Sono presenti colture sperimentali e dimostrative di noce, ciliegio, vite, olivo, pesco, piccoli frutti, asparago e foraggere, nonché un tunnel riscaldato.

Pantanello

Responsabile: **dott. Carmelo Mennone**

SS. Jonica Km.448,2 - Metaponto (MT)

Tel. 0835 745071

Ubicata nelle vicinanze di Metaponto, in agro di Bernalda, ha una superficie aziendale coltivata di circa 65 ettari, con indirizzo produttivo ortofrutticolo e cerealicolo. Dal 1989 presso l'Azienda è attivo l'insettario, per l'allevamento di insetti antagonisti utilizzati per la lotta biologica sulle colture. È pure attivo un laboratorio di prima diagnosi fitopatologia.

Pantano

Responsabile: **dott. Vincenzo Pangaro**

C.da Pantano - Pignola (PZ)

Tel. 0971 482000

È l'unica Azienda dell'Agenzia ad indirizzo zootecnico. Si estende su una superficie complessiva di 150 ettari, per la maggior parte seminativi e pratipascoli. Dispone tra l'altro di una stalla per oltre 150 capi bovini in lattazione, un ricovero per circa 300 capi giovani e un caseificio.

Pollino

Resp. p.a. **Domenico Cerbino**

Via V. Emanuele, 35 - Rotonda (PZ)

Tel. 0973 667283

Di nuova istituzione, è l'ultima nata delle Aziende Dimostrative dell'Agenzia. È situata nel cuore del Parco Nazionale del Pollino, dove svolge un ruolo strategico per la divulgazione agricola e l'assistenza tecnica soprattutto in tema di sistemi di agricoltura ecocompatibile.



Agrifoglio

PERIODICO DELL'ALSIA
N. 2 • ANNO I
MARZO / APRILE 2004

Edito da
Altrimedia s.r.l. - Matera/Roma
per conto di Alsia

Reg. Tribunale di Matera
n. 222 dell 24-26/03/2004

Stampa: SUPEMA
Pavona di Albano Laziale (Roma)



Agenzia Lucana
di Sviluppo
e di Innovazione
in Agricoltura

Agrifoglio è anche on-line
www.alsia.it/agrifoglio.htm

POSTE ITALIANE SpA - SPEDIZIONE IN A. P.
D. L. 353/2003 (CONV. 27/02/2004 n. 46) ART. 1,
COMMA 1 DCB/ACB MT

IN CASO DI MANCATO RECAPITO, INVIARE
ALL'UDR DI MATERA PER LA RESTITUZIONE
AL MITTENTE PREVIO PAGAMENTO RESI