



AGRICOLTURA IN SICILIA. In un anno più 6% di merci all'estero. Fa da traino il cambio al vertice delle imprese



EXPORT-RECORD GRAZIE AI GIOVANI

Finiti all'estero 564 milioni di euro di prodotti agroalimentari negli ultimi dodici mesi. Un dato in crescita che piazza l'Isola all'undicesimo posto tra le regioni d'Italia come valore complessivo.

Clara Minissale
PALERMO

••• Sono 564 milioni di euro. A tanto ammonta l'export di prodotti agroalimentari negli ultimi dodici mesi in Sicilia, con un aumento percentuale, rispetto allo scorso anno, del 6,4 per cento. Un dato in crescita che piazza l'Isola all'undicesimo posto tra le regioni d'Italia come valore complessivo di export di bevande (dove per bevande si intende sostanzialmente vino) e prodotti alimentari. E proprio dal vino arrivano importanti conferme con un più 20 per cento nelle esportazioni che fa balzare la Sicilia in testa come crescita in questo segmento di mercato nell'ultimo anno.

Nel giorno in cui il Ministero per le Politiche agricole, alimentari e forestali rende noto che, sulla base dei

dati Istat sul commercio estero, l'export agroalimentare del Made in Italy ha raggiunto quota 29,8 miliardi di euro nei primi 9 mesi del 2017 con una crescita di 7 punti percentuali rispetto allo scorso anno, i dati elaborati dall'Osservatorio regionale dell'artigianato e delle micro e piccole imprese di Confartigianato imprese Sicilia, raccontano di una Regione dinamica, nella quale alcuni settori come quello ittico, quello ortofrutticolo e quello dei prodotti lavorati danno i contributi più rilevanti all'export del made in Sicily. A leggere i numeri nel dettaglio, infatti, si nota come i ricavi maggiori derivino da frutta e ortaggi lavorati e conservati con un fatturato di 160 milioni di euro (che rappresentano il 4,8 per cento dell'export totale italiano), dall'olio con 52 milioni di euro e da pesci, crostacei e molluschi lavorati e conservati con 40 milioni di euro (che sono il 9,2 per cento del totale dell'export italiano). Tra tutte le province siciliane, la più virtuosa per il settore alimentare è Messina, con 115 milioni di euro di export che rappresenta il 27,2 per cento del

totale regionale, seguita da Catania con 78 milioni di euro e Palermo con 69. Per le bevande, invece, è Trapani a dominare con 51 milioni di euro di export, ovvero il 36,4 per cento del totale isolano. Ma sono Caltanissetta ed Enna le vere sorprese di questa speciale classifica. Tra le 111 province italiane, infatti, si posizionano tra le prime dieci per dinamica delle esportazioni dei prodotti alimentari e bevande nell'ultimo anno. «Entrambe le province stanno facendo un buon lavoro - spiega Filippo Ribisi, presidente di Confartigianato Sicilia -. Stanno

investendo su frutta e ortaggi e questi investimenti stanno dando buoni risultati. Anche la provincia di Messina sta facendo un buon lavoro soprattutto nel campo dei prodotti conservati. Il vino continua a crescere nella provincia di Trapani e qualcosa comincia a muoversi anche in quella palermitana».

Tra i settori più in crescita sui mercati esteri c'è quello dei semilavorati della frutta secca (comparto che comprende anche amidi e prodotti amidacei) con un più 108,6 per cento «prodotti spesso sottovalutati - dice Ribisi - ma che invece ci

hanno fatto fare un buon balzo in avanti».

I mercati più interessati al made in Sicily sono Stati Uniti, Francia e Germania per quanto riguarda i prodotti alimentari e Stati Uniti, Germania e Regno Unito per quanto riguarda il vino. «Questi numeri sono la prova che se si investe in maniera intelligente in agricoltura, il settore premia - aggiunge il presidente di Confartigianato Sicilia -. Oggi parecchi agricoltori, gioco forzato, sono diventati anche imprenditori. Spesso questo ha coinciso con il passaggio generazionale di

un'azienda e ha comportato importanti investimenti in qualità e un affacciarsi al mercato estero che prima non c'era. Oggi molte aziende sono gestite da giovani che ne hanno preso in mano le sorti con una visione nuova, più imprenditoriale. Certo, rimangono i problemi storici della nostra Isola come la burocrazia complessa o la mancanza di infrastrutture adeguate ma sono convinto che siamo percorrendo la strada giusta per un ulteriore sviluppo del settore che, unito al turismo, potrà a risultati sempre migliori». (*CLM*)

CALTANISSETTA. Dalle colture al marketing: così guidiamo l'azienda di famiglia

Quattro fratelli under 30 «Il segreto? Innoviamo»

PALERMO

••• Hanno preso in mano le redini dell'azienda di famiglia nel 2011 portando innovazioni culturali e di marketing e oggi la gestiscono tutti e quattro insieme, ciascuno con un ben preciso compito. I fratelli Lo Giudice, 18 anni il più giovane, 27 il più anziano, hanno le idee molto chiare sulla strada da seguire, fatta di scambi di conoscenze e tecnologie, di contatti e rispetto della natura. Antonio si occupa della parte tecnico-agronoma, Maria della parte economico-finanziaria, Diigoroberto si divide tra la parte meccanica e quella agronomica e Francesco partecipa all'attività aziendale occupandosi della vendita diretta. La loro Società Agricola Semplice si trova nella provincia di Caltanissetta e coniuga l'amore per la

terra con la tradizione familiare. Coltivano ortaggi, vari tipi di uva, grano, frutta, utilizzando il sistema di coltivazione integrato «che è una via di mezzo tra il convenzionale e il biologico - spiega il maggiore dei quattro fratelli, Antonio -. Usiamo insetti utili, antagonisti naturali dei parassiti delle piante perché l'approccio dell'azienda è mirato alla globale riduzione dell'uso dei fitofarmaci per tutte le colture, implementando i processi di tutela dell'ambiente e del consumatore». Ma la vera svolta è stata l'introduzione dei trasformati. «Con i nostri prodotti ortofrutticoli oggi facciamo salsa di pomodoro, conserve, marmellate, pasta di grano antico siciliano di varietà Russello - dice Antonio - prodotti che ci hanno permesso di andare fuori dai nostri circuiti locali come



Maria Lo Giudice

i mercati di Campagna Amica di Coldiretti e di vendere anche nel resto della Penisola e all'estero». Oggi le loro salse e le loro marmellate sono richieste in Francia e Belgio, dove esportano anche ortaggi freschi. «L'export all'estero è ancora una piccola percentuale del nostro fatturato ma cresce di anno in anno e abbiamo intenzione di incrementarlo ancora con l'introduzione dell'e-commerce soprattutto con l'Inghilterra ma complessivamente l'85 per cento dei nostri prodotti oggi va fuori dalla Sicilia». (*CLM*)

CHIARAMONTE GULFI. Dai contrasti col padre al rientro in sella: «Ha vinto la passione»

«Io, tornato alle origini Vendo l'olio in Giappone»

PALERMO

••• Sebastiano Giaquinta gestisce l'azienda agricola «Cinque Colli», nell'agro di Chiaramonte Gulfi, nel ragusano. Trenta ettari, di cui venti coltivati ad uliveto con cinquemila piante a vaso. L'azienda è nata nel 1976 per volere del padre e del nonno di Sebastiano che allora hanno estirpato quasi tutti gli olivi centenari presenti nell'area - ne sono rimasti solo 98, oggi meta di numerosi visitatori - per piantare uva da tavola, ben più remunerativa. Una scelta che Sebastiano non ha mai condiviso e che lo ha portato ad allontanarsi da casa dopo ripetuti scontri con il padre sulla gestione dell'azienda di famiglia. «Per circa vent'anni abbiamo venduto uva da tavola ma io non ero d'accordo - racconta -. Ma il tempo è galantuomo e mentre ero lonta-

no da casa mio papà mi ha chiamato per dirmi «o torni o vendo tutto». Così sono rientrato e da quel momento in poi mi ha lasciato fare a modo mio». Dall'uva, Giaquinta è tornato alle olive «gradatamente, ripartendo quasi da zero e rischiando tutto come persona ed economicamente perché la responsabilità di queste scelte ormai era tutta mia. Ma nella vita bisogna cercare di fare quello in cui si crede e soprattutto bisogna farlo con passione e a me piacciono le olive». Da allora è stato un crescendo di riconoscimenti per il suo olio che nasce da attrezzature tecnologicamente avanzate, unite al tradizionale e scrupoloso lavoro manuale e oggi l'azienda, che fa parte di Coldiretti, vende anche all'estero. «Praticamente ho riportato il terreno alle origini, quando c'era-



Sebastiano Giaquinta

no solo alberi di ulivo. Questa zona è rinomata per la qualità dell'olio. Noi produciamo quasi esclusivamente Tonda Iblea che ci dà tante soddisfazioni. Nel 2008 abbiamo vinto la medaglia d'oro alla più importante competizione italiana, il Sol di Verona e da allora è decollato anche l'export, soprattutto col Giappone ma vendiamo molto anche al nord Italia, soprattutto in Veneto e Lombardia. Oggi viviamo dell'olio che produciamo, mediamente circa 10 mila litri all'anno e papà mi dà una mano in azienda». (*CLM*)

L'INIZIATIVA. Vegetali sani senza l'impiego di pesticidi o formulati chimici. Nelle campagne i rimedi naturali proposti da Scuola di medicina integrata e Ateneo di Palermo

Prodotti omeopatici anche per curare le piante

PALERMO

••• Vegetali sani senza impiegare pesticidi e altri formulati chimici: nelle campagne arriva l'uso dell'omeopatia. A promuoverla la scuola di medicina integrata e il dipartimento di Scienze agrarie e forestali dell'università di Palermo.

Proprio come nell'omeopatia «tradizionale» la versione agricola agisce sulla struttura di base della pianta, questo le conferirebbe una salute «ottimale» naturale.

L'obiettivo principale dell'agro omeopatia è di massimizzare l'assorbimento dei nu-

trienti da parte delle piante. Questo obiettivo nell'agricoltura tradizionale viene raggiunto attraverso l'impiego di un «aiuto esterno»: i fertilizzanti chimici. Gli omeopati agricoli, invece, ritengono che si possano aiutare i vegetali in maniera naturale, permettendogli di assorbire maggiormente le sostanze presenti nel terreno.

«Sono molto soddisfatto che l'omeopatia entri nella facoltà di agraria, perché è un sistema di cura per rendere i prodotti realmente biologici» ha affermato il presidente della scuola di medicina integrata di Palermo, Gior-

gio Ciaccio.

In parole povere: l'agro omeopatia vuole ridurre il ricorso alla chimica in agricoltura. Allo stesso tempo, mira a migliorare la salute delle piante e di quanto mangiamo.

Un obiettivo secondario, ma non meno importante, è la riduzione dei costi: una goccia o un granulo di rimedio omeopatico possono bastare per realizzare decine di litri di formulato.

«Il prodotto omeopatico consente un abbattimento dei costi del 70 per cento» informa l'agronomo Francesco Di Lorenzo, responsabile della parte

agro-omeopatica presso la scuola di medicina integrata di Palermo.

Lucietta Betti, docente dell'università di Bologna, ha mostrato sabato presso la facoltà di agraria i dati raccolti con le sperimentazioni.

«Questo incontro testimonia un'importante sinergia fra la scuola di medicina integrata e l'università di Palermo» ha sottolineato Vittorio Farina, docente della facoltà di Scienze agrarie alimentari e forestali dell'Unipa.

(*JOB*)
JOEY BORRUSO

IDEATO DA Y&R ITALIA. Pensato per i «millennials»
Il creativo Gitto e il regista La Spada per uno spot dei Vini Doc Sicilia

••• Un mosaico di attrazioni naturali e monumenti culturali. Immagini che impreziosiscono i profili dei vigneti, intrecci di monumenti e filari, di colline ricamate dall'uva e un ambiente ancora intatto. Per un'isola color Nero d'Avola come la Sicilia ecco un viaggio tra i vigneti che ne punteggiano il territorio, racchiuso nello spot tv che promuove i vini Doc Sicilia: la campagna pubblicitaria è in onda sulle reti Mediaset a partire da ieri. Ideato da Y&R Italia, l'agenzia di comunicazione il cui capo dei creativi è il siciliano Vicky Gitto, lo spot, pensato soprattutto per i «millennials», è gi-

urato dal regista Giuseppe La Spada. Le immagini sono legate a frasi tipiche del mondo dei social, e i vini vengono presentati come «una realtà non virtuale». «Abbiamo voluto raccontare l'impegno appassionato dei nostri produttori», dice Antonio Rallo, presidente del Consorzio Doc Sicilia. «Con questo progetto, in una danza tra futuro e tradizione», spiega Gitto, «abbiamo voluto raccontare con una grammatica visiva e un vocabolario mutuato dal mondo digitale, i valori del territorio siciliano e del lavoro vero di tutti i protagonisti del successo della Doc Sicilia». (*anfi*)