



MADE IN ITALY

di Federica Argentati*

Fare squadra porta i suoi frutti

La Sicilia è terra di contrasti, ma senza dubbio ricca di eccellenze produttive: grazie a un territorio baciato dal sole, sono diversi i prodotti che in questi anni hanno saputo farsi conoscere anche al di fuori della regione e, sempre più spesso, dell'Italia. Per mantenere alto il livello che viene riconosciuto alle nostre produzioni agricole e, in particolare, agrumicole, è sempre più importante lavorare per fare rete e squadra tra produttori, imprenditori e rappresentanti di associazioni di categoria nazionali e regionali, così da soddisfare le aspettative di chi ci sceglie rispetto ad altri. E, proprio sulla logica del fare-sistema nell'ottica dell'agricoltura sociale, dell'inclusione dei soggetti meno avvantaggiati sul mercato del lavoro, è stato improntato il progetto Social farming 3, realizzato in collaborazione con Alta Scuola Arces e con il contributo non condizionato di The Coca-Cola Foundation: terza edizione di un *format* ormai di grande successo, come le precedenti anche la più recente punta a valorizzare l'inclusione sociale e a creare nuove opportunità di lavoro all'interno della filiera agrumicola siciliana.

Tutte le attività, gratuite, sono state rivolte sia a soggetti deboli sul mercato del lavoro, donne, giovani, migranti, disoccupati, sia agli operatori del settore, testimoniando l'interesse verso una filiera, quale quella agrumicola, che rappresenta un importante settore dell'economia siciliana, anche dal punto di vista occupazionale. Le innovazioni tecnologiche legate

alle fasi della produzione, della trasformazione e della commercializzazione, impongono l'acquisizione di competenze sempre più specializzate da parte degli addetti, aprendo spazi di lavoro di sicuro interesse, soprattutto per i giovani. Ogni edizione ha saputo innovarsi e rinnovarsi per cercare di rispondere alle nuove esigenze e offrire un sostegno sempre più puntuale a chi opera nella coltivazione e commercializzazione degli agrumi in Sicilia.

Social farming 3 aggiungerà alla formazione abituale anche l'applicazione della tecnologia blockchain alla filiera degli agrumi per valutarne vantaggi ed eventuali criticità, costruzione di itinerari di viaggio fra gli agrumeti siciliani nell'ottica del turismo relazionale integrato e della multifunzionalità dell'azienda agrumicola, approfondimenti sull'uso delle risorse idriche, confronto con operatori di altri Paesi mediterranei. Con questa nuova edizione di Social farming proseguiamo nel percorso già avviato su più fronti. La formazione resta una priorità per la filiera agrumicola siciliana. Abbiamo voluto collegarla sia all'innovazione tecnologica, approfondendo la tecnologia blockchain per capire se davvero potrà essere utile per tracciare le nostre produzioni sino al consumo e quali criticità può presentare per le imprese della filiera, sia a progetti in corso come Le vie della zagara, che da qualche anno portiamo avanti in collaborazione con l'associazione Gusto di campagna o come il progetto "A.C.Q.U.A." sull'uso delle

risorse idriche, che stiamo realizzando con il Dicar dell'Università di Catania. In questa edizione di Social farming, inoltre, abbiamo voluto creare un momento di confronto con una realtà agrumicola a noi vicina come quella tunisina, per gettare le basi di una eventuale futura cooperazione su temi di interesse reciproco e conoscere più da vicino quest'altra filiera produttiva dell'area mediterranea. Obiettivo primario resta la valorizzazione delle risorse reali della Sicilia, come la produzione agrumicola e il turismo relazionale integrato, entrambe leva di uno sviluppo sostenibile, centrato sulle produzioni e identità locali, capace non solo di attrarre attenzione e interesse dall'estero, come flussi turistici, ma anche di trattenere *in loco* forza-lavoro e, quindi di contribuire a drenare l'esodo di tanti giovani siciliani costretti ad abbandonare la nostra isola. Anno dopo anno, The Coca-Cola Foundation ha sostenuto l'evoluzione di Social farming con il desiderio di accompagnare il cambiamento di un progetto che coinvolge l'intera filiera agrumicola come settore strategico, e che l'azienda ha ben valorizzato con il lancio della nuova Fanta aranciata rossa zero zuccheri aggiunti con succo di arancia rossa di Sicilia IGP, nata dalla collaborazione con il Distretto degli agrumi. Sempre da questa filiera giungono anche le arance per Fanta original, nata a Napoli nel 1955.

*Presidente del Distretto Agrumi di Sicilia