

## L'INCHIESTA agricoltura in Sicilia

# Tecnologia e qualità così l'arancia rossa punta su Cina e India

### Aziende schiacciate da distribuzione e costi «Ma questo potrà essere l'anno della ripresa»

MARIO BARRESI

CATANIA. Lo dicono quasi sottovoce. E fanno gli scongiuri. «La prossima stagione sarà migliore». Anche perché è difficile che possa andare peggio dell'inverno scorso, quando un chilo d'arance - in campagna - andava via per una cifra inferiore all'elemosina che si dà al lavavetri al semaforo. L'effetto combinato di crisi e globalizzazione avvolge anche l'agricoltura, ma il comparto dell'arancia rossa - 36.000 ettari e 24.000 aziende in un territorio che si estende fra le province di Catania, Siracusa ed Enna - prova a rispondere con un'exit strategy. Favorita dagli effetti della più antica legge di mercato: quella della domanda e dell'offerta. «La produzione del prossimo inverno sarà minore e di conseguenza il prezzo delle arance manterrà un livello meno umiliante per i produttori». Parola di Pippo Di Silvestro (Op "Rossa di Sicilia"), che si dice «un po' più ottimista, dopo una delle stagioni più nere della storia, nella quale abbiamo venduto le arance rosse a un prezzo inferiore al costo di produzione». Eppure non ci si può affidare soltanto alla magnanimità di Madre Natura. Anche perché i problemi in campo non si risolvono con un'annata positiva: concorrenza spietata e sempre più vasta (alla Spagna si sono aggiunti Egitto, Tunisia e Grecia), minacce virali come la famigerata "Tristezza", rigidità dei consumi e del periodo di produzione, costi previdenziali e produttivi alle stelle, impianti antiquati e scarsa propensione all'innovazione. Di Silvestro riparte proprio da quest'ultimo punto: «Bisogna innovare nel senso di allungamento del periodo di produzione, per ora limitato a gennaio-marzo, ma soprattutto di "durata" del prodotto per andare sui mercati dei nuovi ricchi di Cina e India, dove incidono tempi di trasporto di 25-30 giorni».

Un altro aspetto riguarda la filiera. Questi i passaggi, secondo i dati Ismea rielaborati dal Consorzio Igp: l'arancia rossa si vende alla pianta a un prezzo



Pippo Di Silvestro  
Op Rossa di Sicilia

“  
Nel 2010  
abbiamo  
venduto  
a prezzi  
umilianti,  
ora si riparte



Federica Argentati  
Distretto produttivo

“  
Opportunità  
concrete  
di crescita  
del sistema  
con politiche  
di distretto



Salvo Pannitteri  
commerciante

“  
Nessun  
«trucco»  
nella filiera,  
ma pesano  
trasporti  
e spese fisse



Alessandro Scuderi  
Consorzio Igp

“  
Il mercato  
premia  
la qualità:  
raddoppiato  
il prodotto  
certificato



Salvatore Torrisi  
ad Oranfresh

“  
Nuovi canali  
per i prodotti  
trasformati:  
uffici, locali,  
alberghi e  
scuole



Gaetano D'Imprima  
giovane produttore

“  
Negli agrumi  
per passione  
e tradizione,  
ma abbiamo  
il dovere  
di innovare



Angelo Barone  
Confcommercio

“  
Oneri di  
previdenza  
insostenibili,  
intervenga  
il governo o  
sarà paralisi



Pinella Attaguile  
imprenditrice

“  
Col turismo  
relazionale  
integrato  
si esplora  
una nuova  
frontiera



L'ARANCIA ROSSA, ORGOGLIO DELL'AGRICOLTURA SICILIANA [FOTOSERVIZIO ORIETTA SCARDINO]

compreso nella forbice fra 0,10 e 0,30 euro; si arriva a 0,65-1,20 nella fase del condizionamento, per salire a 0,80-1,80 al consumo. Salvo Pannitteri, uno dei più grossi commercianti siciliani di agrumi, ha sperimentato il successo della sua "Arancia Rosaria" a livello nazionale e non solo. E mette il dito nella piaga: «La Sicilia sconta un deficit da preistoria nel settore dei trasporti, costosissimi per infrastrutture che ci tagliano fuori dal mondo, mentre la grande distribuzione non vuole sentire ragioni e impone le sue regole». Pannitteri respinge l'accusa di una filiera allungata da intermediari dal ruolo poco chiaro: «Non è vero. Semmai esistono costi che nessuno vuole andare a scoperciare e altri, invece più che noti, che nessuno riesce ad abbattere: logistica, lavoro, energia. Tutto il resto è facile demagogia».

Il successivo "anello" è la trasformazione. Dove Salvatore Torrisi, ad di Oranfresh, è una specie di bibbia vivente, forte di una realtà imprenditoriale che ha conquistato anche la rete Autogrill. «Oggi il canale principale del mercato è la grande distribuzione, con i suoi equilibri oligarchici. Bisogna andare oltre, trovare nuovi sbocchi anche per il prodotto trasformato: spremute d'arancia rossa ne-

gli uffici di enti e aziende, in ristoranti e hotel. In questo siamo parecchio indietro, facciamo un decimo rispetto alla Spagna. E poi vanno potenziate le attività di promozione e sperimentazione di frutta, spremute e frullati nelle scuole».

Torniamo ai problemi. Un peso insostenibile riguarda gli oneri previdenziali per la manodopera: «Ci sembra incomprensibile - sottolinea Angelo Barone, rappresentante di Confcommercio nel distretto Arancia Rossa - che scaduto il termine del 31 luglio non sia stata prorogata la possibilità di usufruire delle agevolazioni contributive per i datori di lavoro. Con forza chiediamo al Governo nazionale la proroga di tali agevolazioni contributive e sollecitiamo un tavolo negoziale con tutte le parti sociali coinvolte, compresi i lavoratori che rischiano il posto di lavoro».

Ma in questo quadro ci sono almeno due buone notizie. La prima: sta lentamente - cadendo l'atavico tabù della solitudine degli agrumicoltori. E una risposta importante arriva dal Distretto produttivo "Arancia Rossa" che mette dentro oltre 200 aziende della filiera (fatturato medio globale di 258 milioni di euro l'anno e 2.815 unità occupate), ma anche enti pubblici e di ricerca. «Il va-

Concorrenza, dalla difesa all'attacco: allungare la «durata» del prodotto per arrivare sui nuovi mercati

**36.000**

**ETTARI** il territorio di produzione dell'arancia rossa, compreso fra le province di Catania, Siracusa ed Enna

**24.000**

**AZIENDE** solo nella produzione, con una media di 1,5 ettari coltivati per ogni azienda e un monte-occupazione di oltre 10 milioni di giornate lavorative annue

**+100%**

**PRODOTTO IGP** la quantità di arance rosse certificate dal consorzio di tutela è salita da 5.000 a 10.000 tonnellate in un anno

lore aggiunto del distretto - spiega il presidente Federica Argentati - è la strategia univoca e condivisa. Si tratta di una libera aggregazione non finalizzata alla commercializzazione diretta, ma un punto di riferimento, un elaboratore di opportunità». Opportunità che si allargano anche ad altri due prodotti Igp (il limone di Siracusa) e Dop (l'arancia di Ribera), che condividono presenza e strategia di promozione al MacFrut in corso a Cesena. Seconda buona notizia: l'investimento sulla qualità. È l'altra arma di difesa-attacco, adottata dal Consorzio di tutela Igp, che nell'ultimo anno ha raddoppiato la produzione certificata: da 5.000 a 10.000 tonnellate. «C'è un crescente interesse della grande distribuzione organizzata - afferma il presidente Alessandro Scuderi - proprio perché il consumatore chiede sempre di più l'Igp, che è un fondamentale strumento di differenziazione». Scuderi parla di «una situazione dicotomica, dove da una parte ci sono le imprese schiacciate dalla crisi di mercato, dall'altra c'è chi punta a innovare la tecnologia negli impianti». Proprio come Gaetano D'Imprima, laurea in Agraria e una storia di famiglia lunga trent'anni negli agrumeti di Scordia. «Sono rimasto in campagna perché ce l'ho nell'anima. Sento la responsabilità di contribuire a una svolta. Non possiamo piangerci addosso, dobbiamo guardare oltre: certificazione di qualità, nuove tecnologie, energie alternative, rapporto non servile con le istituzioni. Io, insomma, non mollo. Ci credo ancora».

Già, crederci ancora. Magari con coraggiose innovazioni "culturali-colturali". Pinella Attaguile è una pioniera del turismo relazionale integrato: «È un valore aggiunto nell'ambito di una libera e leale concorrenza, mettendo al centro il rapporto con la persona, siano esse turisti o consumatori». Il tutto con tre chiavi: «Ospitalità rurale, tutela ambientale e identità del prodotto in un mercato globalizzato ma pur sempre orientato». Quanto basta, per colorare l'agrumeto di rosso speranza.

# ragazzini generali

**4 coordinamento:**

la sensibilità del piede permette al bambino di sviluppare un coordinamento armonico di sé, il piede è un organo di azione e di percezione, scegli la scarpa giusta per farlo crescere meglio.

per scegliere le calzature del tuo bambino fai come noi  
**ragiona coi piedi**

LA SICILIA  
www.lasicilia.it

Direzione e redazione:  
v.le Od. da Pordenone, 50  
95126 Catania  
tel. 095 330544  
fax redazione 095 336466  
e-mail segreteria@lasicilia.it  
sms 340-4352032

Amministrazione:  
fax 095 253435  
e-mail amministrazione@lasicilia.it

Abbonamenti  
Annuale 7 num. € 269,50  
6 num. € 221,50  
1 num. € 39,10  
Semestrale 7 num. € 143,50  
6 num. € 119,50  
1 num. € 21,00

Conto corrente postale  
n. 218958 intestato a:  
Amm.ne Quotidiano «LA SICILIA»  
viale Od. da Pordenone, 50  
95126 CATANIA  
e-mail: amministrazione@lasicilia.it  
copie arretrate € 2,00

Stampa: E.T.S. 2000 S.p.A.  
v.le O. da Pordenone, 50 - Catania  
Zona Industriale 8.a strada

Pubblicità:  
Publikompass S.p.A.  
Concessionaria esclusiva  
Direzione Generale: Milano - Via G.  
Washington, 70 - tel. 02 24424611 -  
www.publikompass.it

Filiale di Catania - Corso Sicilia, 37/43  
tel. 095 7306311 - fax 095 321352

A modulo (mm 50x21):

COMMERCIALI:  
b/n € 456,00, colori € 684,00,  
festivi o data fissa, posiz. rig. + 20%.

Richiesta pers. specializzato  
occasionali € 380,00,  
contrattisti € 360,00,  
festivi o data rig. + 20%.

Finanziari: € 30,00 a mm,  
fest. o data rig. + 20%.

Legali, appalti, aste, gare, sent. conc.:  
€ 30,00 a mm, fest. o data rig. + 20%.

Nozze, Culle, Lauree, ecc.  
(min. 20 mm) € 6,20 a mm.  
Marchette di testata (mm 50x31,50):  
b/n € 920,00, colori € 1.450,00, fest. + 20%.

Finestra 1ª pagina (mm 104x77):  
b/n € 4.260,00, colori € 6.450,00,  
fest. + 20%.

Pagina intera: (mm 320x437,50):  
b/n € 50.264,00, colori € 76.838,00.

Ultima Pagina (mm 320x437,50):  
intera b/n € 57.165,00,  
colori € 82.915,00.

Pubblicità politica o elettorale:  
per informazioni contattare  
telefonticamente gli uffici della  
PUBLIKOMPASS di zona oppure telefonare  
in sede allo 095/7306311.

Rubriche Teatri, Cinema, Ritrovi  
ecc.: € 16,00 il rig.

Necrologie a parola:  
€ 2,20; nome, apposizione al nome,  
neretti e titoli € 12,60; adesioni € 2,80;  
croce € 21,00; foto € 94,50.

Avvisi economici:  
da € 0,60 a € 3,80 per parola secondo rubrica.  
Iva 20%. Pagamento anticipato.

Il giornale si riserva il diritto di rifiutare  
qualsiasi inserzione. Per le tariffe in edizione  
provinciale rivolgersi alla PUBLIKOMPASS.

Reg. Trib. Catania n. 8 [cron. 8750]  
del 7 giugno 1948

Associato alla FIEG  
Federazione Italiana  
Editori Giornali

Editrice  
Domenico Sanfilippo Editore SpA