

I DATI DEL VINITALY settori da proteggere

Rischio. L'extravergine italiano è tra i più genuini, ma, soprattutto nell'Isola, deve difendersi da chi realizza prodotto con olive extracomunitarie

La trincea. I produttori siciliani, specializzati sempre più sulla qualità di olii Dop superpremiati, puntano adesso sull'export verso Cina e India

L'olio siciliano "aggredito" in casa cerca più spazio sui mercati esteri

Concorrenza sleale dai Paesi extracomunitari dove la manodopera costa un decimo

IL MINISTRO CATANIA

«Diffidate dai prodotti venduti sottocosto»

VERONA. Al Vinitaly si parla anche di olio o meglio extravergine nel mirino delle contraffazioni e un consiglio a famiglie e consumatori su come difendersi tra gli scaffali del supermercato arriva dal ministro delle Politiche agricole Mario Catania: «Diffidate dei prodotti che costano poco, un prezzo troppo basso deve far sospettare che quello che si acquista non sia un olio di qualità». A livello mondiale gli scambi commerciali di olio stanno conoscendo negli ultimi anni un trend positivo, con un incisivo aumento dei consumi da parte di Usa (da 170 a 275 mila ton in 10 anni), Australia (da 31 a 44 mila ton), Russia e naturalmente Cina. L'olio italiano è «oggettivamente un prodotto organoleptico superiore» rispetto agli altri, assicurano esperti come Maurizio Servili docente dell'università di Perugia; inoltre il 79% dei consumatori (indagine Ipr Marketing) è disposto a pagare di più per comprare olio made in Italy. Tuttavia nel 2011 - dice l'Ismea - la produzione di olio in Italia è calata del 6%, a fronte invece di balzi in avanti di tutti gli altri paesi produttori, come Tunisia (+50%), Turchia (+12,5%), Spagna (+1,3%), con un totale mondiale in progresso del 2,4%. Il problema del consumatore nazionale tra gli scaffali è che non riesce a capire dalle etichette, spesso volutamente illeggibili e fuorvianti, che tipo di olio sta comprando. Sull'olio va chiarito - sottolinea il ministro Catania - che l'Italia è un importatore netto, ne produciamo il 75% del nostro fabbisogno nazionale, risultato di una politica di settore disennata nei decenni passati. Ma il ministro Catania ricorda anche che sono in arrivo dal 2013 le nuove regole varate dalla Ue per etichette parlanti e più trasparenti sui prodotti, in attesa che parametri più stringenti sulla qualità, forniscano maggiore tutela al consumatore. La maggioranza delle bottiglie di olio confezionate in Italia sono state ottenute in realtà da olive straniere senza che questo sia noto ai consumatori. E' quanto dice il presidente della Coldiretti, Sergio Marini. L'arrivo in Italia di olio di oliva straniero ha raggiunto nel 2011 il massimo storico di 584 mila tonnellate e ha superato la produzione nazionale, in calo a 483 mila tonnellate, secondo uno studio della Coldiretti che evidenzia come l'Italia sia il primo importatore mondiale di olio che per il 74% viene dalla Spagna, il 15% dalla Grecia e il 7% dalla Tunisia.

ANDREA LODATO

CATANIA. Siamo la solita trincea più avanzata, quella che difende la frontiera della qualità da invasioni più o meno barbariche che tendono a contaminare le nostre produzioni. Così se dal Vinitaly di Verona rimbalza la notizia che il nostro Paese, Sicilia in testa possiamo dire a questo punto, è la culla del miglior olio d'oliva extravergine che c'è in giro e sui nostri piatti, registriamo pure che abbiamo maglie troppo larghe, da cui passa pessimo o cattivo liquido giallastro che qualcuno chiama olio e che per tale viene venduto e spacciato. Un bel problema, tanto più, e paradossalmente se vogliamo, di fronte al fatto che siamo terra di primati per la qualità dell'olio che produciamo, olii che raccolgono successi, titoli, promozioni in concorsi nazionali ed internazionali, ma che impongono anche una grande attenzione e, soprattutto, una banalissima capacità di analisi e di comprensione del fenomeno-qualità. Che Giosuè Catania, che a Verona in queste ore rappresenta l'Associazione produttori olivicoli che mette insieme soprattutto aziende delle province di Catania, Siracusa e Ragusa, ci spiega così: «Tutti i massimi esperti al mondo concordano su un punto: per capire quanto un olio è puro, quanto è genuino, quanto è buono e quanto fa bene, bisogna partire dal prezzo. Perché un prodotto che abbia davvero tutte le caratteristiche che il consumatore si aspetta non può costare meno di 5 euro e 50, anche 6. So che questo ragionamento apre ogni volta un dibattito, ma, credetemi, da qui non si scappa». Non si scappa, dice Catania. Ed è così. La qualità costa e si paga, l'olio extravergine prodotto in Sicilia, come abbiamo detto, è uno dei più buoni al mondo. Gli ultimi premi se li sono divisi, e se li stanno dividendo, i Dop Monte Etna (sirena di bronzo a Sorrento), la Noccellara dell'Etna (primo posto per gli oli biologici a No-



rimberga), il Dop Monti Iblei (celebrato al Sol veronese). Ma quanto costa tirare fuori un litro di quest'olio? E a quale forma di aggressione del mercato i produttori che puntano esclusivamente sulla benedetta qualità devono resistere? Catania è molto preciso: «Un litro di olio extravergine ha un costo enorme, che comincia dalla cura dei terreni, dai trattamenti fitosanitari, la potatura, l'irrigazione, la raccolta delle olive fatta al momento giusto, il trasporto, la trasformazione. A quanto si arriva di costo vivo? Siamo a più di 4 euro, 4,50 non meno. Così quando si trova una

NUMERI

La produzione in Sicilia

160.000
ETTARI COLTIVATI

480.000
QUINTALI DI OLIO PRODOTTI

192.000
I PRODUTTORI NELL'ISOLA

220.000.000
IL FATTURATO IN EURO

6
LE PRODUZIONI DOP
con un fatturato di 7 milioni

3%
LA NICCHIA DI
MERCATO DEL DOP

bottiglia di olio davvero extravergine a 5 o 6 euro, si capisce che, tolti quei costi e quelli del guadagno di chi vende, il produttore se non ci sta perdendo, beh ci guadagna molto poco».

L'aggressione? Sta nelle consuete giravolte che anche l'Unione europea consente e concede. Nulla vieta, infatti, di vendere olii prodotti con olive comunitarie, e va bene. Solo che bisognerebbe scriverlo chiaro e tondo nelle etichette, per non ingannare il consumatore. Ma non sempre l'indicazione del prodotto d'origine è così chiara. Ma c'è di peggio, il solito peggio. C'è la triangolazione con prodotto che arriva da paesi extracomunitari. Con alcuni prodotti dell'ortofrutta l'Ue ha fatto passare gli accordi in deroga che autorizzano l'import di merce dal Marocco e, tra poco, si allargherà il passaggio ad altri Paesi dell'area del Maghreb. Con l'olio, in pratica, anche se non ci sono documenti siglati, l'olio che arriva da Marocco, Tunisia, Algeria e altre aree nordafricane, non conosce filtro. Non c'è nulla di illegale, bisogna dire, solo che, anche qui, quanto meno andrebbe scritto in grassetto da dove arriva la materia prima. Per cui c'è anche la solita questione del costo della manodopera: perché se per una giornata di lavoro (7 ore) nelle nostre campagne, un lavoratore guadagna 50 euro, per una giornata di ore 10 nelle campagne magrebine, il costo è inchiodato a euro 5.

«Comunque - insiste Giosuè Catania - noi vogliamo andare oltre tutti questi annosi problemi. Il consumatore sa che deve cercare olio buono, sa che dentro le etichette, oltre alla questione prezzo, deve pretendere indicazioni precise, perché lì è spiegato il valore nutrizionale dell'olio, il gusto, il sapore, il profumo che portano in tavola. E, tutto sommato, anche se questo mercato resta molto di nicchia, possiamo dire che siamo di fronte a ottime prospettive per il futuro».

Intanto va ricordato che nel 2011 in Sicilia sono stati coltivati a olive 160 mila ettari, con 480 mila quintali di olio tirati dai 192 mila produttori siciliani che si occupano, molti, se non esclusivamente anche di questo comparto d'eccellenza. Valore del prodotto? Siamo a 220 milioni di euro, con un dato da scorporare interessante: le sei Dop hanno prodotto 12630 quintali, per un fatturato di 7 milioni di euro. E' solo il 3%, è una nicchia, ma molto ricercata. E per questo Catania è ottimista.

«Perché il nostro olio interessa molto mercati europei come quello inglese, francese e svizzero, ma stiamo anche cercando una proiezione su due mercati molto vasti e ricchi, quello cinese e quello indiano. Ci sono contatti, c'è interesse, ci sono qualcosa come duecento milioni di potenziali ricchi consumatori che potrebbero essere clienti ideali per il nostro olio. Per questo non si abbassa la guardia, per questo la qualità resta la caratteristica principale della nostra produzione e anche la nostra più grande credenziale».

AL VINITALY PRESENTI 180 CANTINE DELL'ISOLA

La Sicilia enologica protagonista del Salone di Verona

VERONA. Dai nuovi «vini pop» in brik artistici ai vini ottenuti sui terreni confiscati alla mafia, passando per il successo dei vitigni pregiati dell'Isola, la Sicilia si sta confermando grande protagonista del Vinitaly di Verona il più grande Salone dei vini e dei distillati, che quest'anno festeggia la sua 46ª edizione.

Ieri al salone è stata la volta della produzione etnea. La Provincia di Catania e la locale Camera di Commercio anche quest'anno hanno promosso le aziende dell'Etna e del calatino.

«In un momento di forte crisi - ha detto nel corso di una conferenza stampa il presidente della Provincia, Giuseppe Castiglione - le istituzioni devono supportare le aziende. Seppur con grande sforzo, dati i tagli operati sui bilanci, siamo riusciti a trovare il modo di portare con noi le aziende di qualità che hanno reso la nostra produzione vitivinicola nota in tutto il mondo».

In tono un po' polemico, Castiglione ha aggiunto che «le istituzioni devono supportare la voglia di intrapresa dei privati e sostenerli», ma che «la Regione siciliana in questo è un grande assente».

«A Verona - ha spiegato Castiglione - il governatore Lombardo ha lanciato i

«vini pop», sfusi e in brik, dopo le recenti sortite sul formaggio spalmabile e il latte a fette, ma non è questa la soluzione per sollevare l'agricoltura siciliana. Abbiamo tanti imprenditori «rock» che fanno sforzi immensi per mantenere ed innalzare la qualità e vogliono solo che il pubblico li incentivi in mercati sempre più difficili».

A rappresentare al Salone di Verona la Camera di Commercio di Catania c'era il vice presidente Francesco Costanzo: «I nostri vini sono eccellenti - ha detto - ma sono pronto a scommettere che la sorpresa dei prossimi anni sarà il nerello mascalese. Il nostro vino è unico, per caratteristiche e per ciò che rappresenta. Dovremmo saper presentarci al mondo come territorio, con il brand Etna. Le nostre aziende sono di piccole dimensioni, spesso ci sono delle resistenze, ma sono convinto

Tante iniziative.
Dopo i «vini pop» e quelli ottenuti dalle terre confiscate ai boss, è la volta dell'Etna

che se attuassimo una singola strategia commerciale moltiplicheremmo per dieci le potenzialità di ogni singola azienda. Abbiamo esempi di come il vino sia diventato il volano per un'intera economia. Pensiamo alla provincia di Siena, al Chianti. Anche da noi - ha concluso Costanzo - il vino potrebbe essere il migliore ambasciatore nel mondo».

La Provincia di Catania ha inoltre rese note le diverse iniziative per la promozione del proprio patrimonio enologico. La Strada del Vino dell'Etna è una di queste. Nel corso della conferenza stampa è stata presentata anche «Sicilia en primeur», evento organizzato da Assovini e sponsorizzato da Provincia e Banca Nuova, che si terrà a Castiglione di Sicilia dal 20 al 22 aprile 2012.

Ma non ci sono solo le cantine dell'Etna e per aiutare gli appassionati a orientarsi tra i tanti vini siciliani, è presente al Vinitaly anche «SiciliaWineCloud» sistema informativo multimediale che consente ai visitatori di cercare tra le circa 180 cantine presenti nel padiglione, di localizzarne lo stand negli oltre 8000 metri quadri espositivi, di cercare per vitigno, tutela e etichetta il vino preferito tra gli oltre duemila portati dai produttori siciliani.

Il vino italiano

Dati 2011 e variazioni sul 2010

	PRODUZIONE (ettolitri)	40 milioni	-11%		minimo da 60 anni
	IMPORT (ettolitri)	2,45 milioni	+42%		massimo storico
	EXPORT (ettolitri)	24 milioni	+20%		leadership mondiale (24,3%)
	FATTURATO EXPORT (in euro)	4,4 miliardi	+12%		su 30 miliardi di Made in Italy
	AZIENDE ESPORTATRICI	380.000			in gran parte piccole
	CONSUMO PER PERSONA (litri)	39,7	-1%		ai minimi (era 100 nel 1975)
	SPESA PER FAMIGLIA (in euro)	216 (18 al mese)	IN CALO		sotto l'acqua minerale (19 euro al mese)

Fonte: Vinitaly (Confcommercio e Min. politiche agricole)

ANSA-CENTIMETRI

LA SICILIA

www.lasicilia.it

Direttore responsabile
Mario Ciancio Sanfilippo
Vicedirettore
Domenico Tempio
Caporedattore
Giorgio De Cristoforo
Editore
Domenico Sanfilippo Editore SpA

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

© L'utilizzazione o la riproduzione, anche parziale, con qualunque mezzo e a qualsiasi titolo - degli articoli e di quanto pubblicato in questo giornale sono assolutamente riservate, e quindi vietate se non espressamente autorizzate dall'editore. Per qualunque controversia il Foro competente è quello di Catania.

LA SICILIA è una testata indipendente e come tale non percepisce contributi pubblici come previsti dalla Legge n° 250/90

Abbonamenti
Annuale 7 num. € 290
6 num. € 265
Semestrale 7 num. € 175
6 num. € 155

C.c.p. n. 218958 intestato a: Amm.ne Quotidiano «LA SICILIA» v.le Od. da Pordenone, 50 - 95126 CATANIA
e-mail: amministrazione@lasicilia.it
copie arretrate € 2,40

Stampa: E.T.S. 2000 S.p.A.
v.le O. di Pordenone, 50 - Catania
Zona Industriale 8 a strada
Certificazione ambientale
EMAS - N. IT 001292

Pubblicità:
Publikompass S.p.A. - Concessionaria esclusiva
www.publikompass.it
Filiale di Catania - Corso Sicilia, 37/43
tel. 095 7306311 - fax 095 321352

COMMERCIALI: a modulo mm 50 x 21
b/n € 476 colori € 714
festivi o data fissa, posiz. rig. + 21%
Richiesta pers. specializzato
occasionalmente € 395 contrattisti € 360
festivi o data rig. + 21%
Finanziari: € 31,50 a mm,
fest. o data rig. + 21%
Legali, appalti, aste, gare, sent. conc.:
€ 31,50 a mm, fest. o data rig. + 21%.

Nozze, Culle, Laurea, ecc.
(min. 20 mm) € 6,20 a mm.
Manchette di testata (mm 50x31,50):
b/n € 963 colori € 1.514 fest. + 21%
Finestra 11 pagina (mm 104x77):
b/n € 4.467 colori € 6.759 fest. + 21%
Pagina intera: (mm 320x437,50):
b/n € 52.777 colori € 80.680.
Ultima Pagina (mm 320x437,50):
intera b/n € 60.023 colori € 87.061

Pubblicità politica o elettorale:
contattare la sede allo 095/7306311.
Rubriche Teatri, Cinema, Ritrovi
ecc.: € 16 il rig. il giorno.
Necrologie a parola:
€ 2,20; nome, apposizione al nome,
neretti e titoli € 12,60; adesioni € 2,80;
croce € 21; foto € 94,50.
Avvisi economici:
da € 0,60 a € 3,80, iva 21%.
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 (Ison. 8750) del 7 giugno 1948
Associato alla FIEG
Federazione Italiana Editori Giornali