

Comunicato stampa dell'11 ottobre 2017

L'agroalimentare siciliano sfida Bruxelles. Giuffrida (PD) più attenzione da UE a tipicità

Le immagini spettacolari dell'eruzione dell'Etna da un grande schermo e, tra due ali di splendide fotografie del vulcano, assaggi di cioccolato di Modica, nocciole, pistacchi, mandorle, olive, pomodori pachino, formaggi, Malvasia. E nell'aria, oltre ai profumi, apprezzamenti in francese, tedesco, inglese, polacco, romeno. Un pezzo di Sicilia si è spostato ieri al Parlamento europeo. Obiettivo: «Sottolineare la necessità che le politiche agricole europee prestino maggiore attenzione alle diverse tipicità regionali, che devono avere un posto d'onore nelle politiche commerciali dell'Unione europea», spiega Michela Giuffrida, eurodeputata Pd, siciliana, anima dell'iniziativa. Oltre mille persone, con i saluti del presidente del Parlamento europeo Antonio Tajani, del vicepresidente della commissione Agricoltura Paolo De Castro e del capogruppo di Socialisti e democratici Gianni Pittella. Una folta delegazione di sindaci. Mentre 750 parlamentari europei hanno ricevuto, assieme all'invito, una tavoletta di cioccolato di Modica in edizione speciale per l'evento.

«Sicilia – ha ricordato Giuffrida – è già di per sé un brand conosciuto in tutto il mondo, sinonimo di qualità e bontà, la cui domanda sui mercati è in crescita esponenziale» ma è necessario che «le politiche europee di qualità, e nella fattispecie marchi come Dop e Igp, siano realmente strumenti in grado di fornire valore aggiunto a prodotti che già godono del felice accostamento tra identità territoriale ed eccellenza agroalimentare».

«La Sicilia - ha sottolineato Tajani - è una delle regioni che più ha riconoscimenti. L'Igp per il cioccolato di Modica», che è in dirittura d'arrivo grazie proprio anche all'impegno di Giuffrida, «sarà il trentesimo prodotto dell'isola a ricevere un marchio». Ma la qualità e i riconoscimenti non bastano: «La rete infrastrutturale e aeroportuale - ha ricordato - va migliorata. I prodotti di qualità certamente devono essere esportati ma dobbiamo anche dare la possibilità ai turisti di venire a gustarli direttamente da noi». Anche perché, sottolinea Giuffrida, «a pochi chilometri dall'aeroporto di Comiso c'è il più grande mercato agricolo del Sud Europa, quello di Vittoria».

Il connubio tra logistica e successo dei prodotti dell'isola nel mondo è strettissimo: il più grande problema per l'export siciliano è la distanza, conferma Nino Romano, segretario generale dell'associazione Comunità siciliana nel mondo, che rappresenta 54 Comuni dell'isola. «Per arrivare qui a Bruxelles, i prodotti che partono dalla Spagna ci mettono molto meno», gli fa eco Gerardo Diana, rappresentante di Confagricoltura per gli agrumi e titolare di una azienda agricola di Mineo che produce grano, ceci e agrumi. «Dobbiamo riconquistare quote di mercato», spiega, lamentando le posizioni perse a causa del blocco

russo, gli alti costi contributivi rispetto ad altri Paesi, la concorrenza sleale di chi importa le materie prime da Paesi che non hanno gli stessi obblighi stringenti sulla sicurezza alimentare che vigono in Italia.

Nonostante le difficoltà, nel primo semestre del 2017 l'export agroalimentare siciliano ha registrato un fatturato di 882 milioni di euro, in crescita rispetto al 2016 (865 milioni) e il saldo della bilancia commerciale è positivo. Frutto, ha sottolineato Giuffrida, anche della regionalizzazione del marketing, che «è indubbiamente un fattore vincente perché direttamente associato ad una produzione tradizionale e di qualità. I piccoli produttori siciliani sanno di poter contare, nella competizione di mercato, più sulla qualità che sulla quantità. Per questo, anche grazie alla tutela che i marchi europei ci offrono, sono convinta che si debba rafforzare e perseguire più che il global il concetto di "glocal", segmento ormai consolidato, che già fa volare le nostre esportazioni».