

IL MENSILE DELLA SICILIA CHE CRESCE

Gattopardo

ANNO 2020 FEBBRAIO NUMERO 42



Prezzo di copertina € 3,5. In vendita facoltativa a € 1,20 con Gazzetta del Sud e Giornale di Sicilia.



I CAMPIONI DELLA POP-OPERA RACCONTANO DIECI ANNI DI SUCCESSI ALLA VIGILIA DI UNA LUNGA TO

SANREMO? NOI PRENDIAMO IL VOLO

THE OPERATIC-POP WORLD STARS RECOUNT TEN YEARS OF SUCCESS ON THE EVE OF A LONG

Come far crescere un territorio: studiate gli aranceti di Ribera

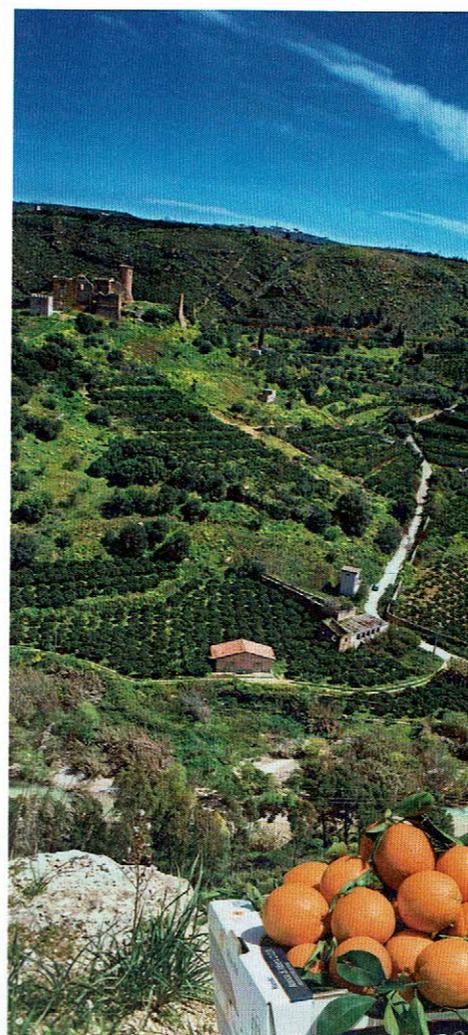
DAL 1994 A OGGI PER I COMUNI CHE RUOTANO ATTORNO ALLA DOP È CAMBIATO TUTTO. DALL'ABBANDONO PROGRESSIVO DEI CAMPI SIAMO ARRIVATI A UNA CRESCITA E A UNO SVILUPPO SOSTENIBILI E VIRTUOSI. ECCO QUANTO CONTA FARE SISTEMA

testi **Pino Cuttaia**

In un territorio non semplice come il nostro la prospettiva lungimirante di alcuni visionari spesso crea le condizioni per nuove opportunità e favorire lo sviluppo. Così fu 18 anni fa, quando Enrico Briguglio, diede il via, insieme ad altri pochi ristoratori siciliani, alla creazione dell'associazione "Le Soste di Ulisse", rendendo sistema l'accoglienza e la ristorazione in Sicilia. Oggi l'associazione consta di 44 associati, ristoratori e albergatori. Collaborano con noi alcune cantine siciliane e diversi produttori. Così tutti insieme riusciamo ad aiutarci, a promuovere la Sicilia e le nostre aziende, ci aiutiamo gli uni con gli altri e la nostra bellissima terra sembra un po' più semplice. Stare insieme è un valore, forse un dovere. Non abbiamo inventato nulla e anzi credo che il continuo confronto con le altre associazioni sia di fondamentale importanza per mutuare modelli positivi, condividere difficoltà e fare rete.

Alla fine degli anni '80 una grave crisi colpì il comparto agrumicolo siciliano. I produttori del territorio intorno alla città di Ribera decisero di riunirsi in un'associazione. Lì ha inizio la vita del Consorzio di Tutela della Arancia Ribera di Sicilia. *Giuseppe Pasciuta è il presidente del Consorzio, nonché agronomo e piccolo produttore di arance di Ribera DOP. Conosce bene il mondo della produzione e del mercato. Come nasce il Consorzio e quanto è stato importante riunirsi in un'associazione?*

"Nasce nel 1994 dall'esigenza dei produttori agrumicoli del comprensorio che subivano la concorrenza degli altri produttori di realtà similari. Ed è stato fondamentale! Considera che oggi produciamo 3 varietà: Brasiliano, Washington navel e Navelina. Queste varietà sono prodotte anche fuori dai territori del consorzio, ma il terreno e il microclima favoriscono la produzione di un'arancia con caratteristiche organolettiche uniche. È quest'unicità che ci ha permesso nel 1999 di ottenere la denominazione di origine protetta (DOP) e nel 2009 il riconoscimento del marchio a livello europeo".





Sopra, un aranceto; a sinistra, scorcio del territorio in cui viene coltivata l'arancia di Ribera DOP.

E questo che cosa ha significato per i produttori?

“Una crescita costante e la tutela del loro prodotto e del loro lavoro. Si è passati da un momento in cui le arance avevano un valore di mercato talmente basso che non venivano raccolte, con conseguente abbandono dei terreni agricoli e svalutazione dei fondi, al 2000 con un valore di circa venti centesimi al chilo, fino a oggi, dove le arance vengono vendute dal produttore a cinquanta centesimi.

Il valore nel marchio si vede anche nel prodotto che solitamente è scartato, quello che ha qualche imperfezione visiva. Oggi anche quello ha un valore, perché l'arancia di Ribera DOP è un marchio riconosciuto”.

Un grande risultato: 300 produttori, grandi e piccoli, distribuiti su 14 comuni che vanno da Menfi a Brvona e Siculiana, con epicentro Ribera hanno dato valore al loro prodotto e attraverso questo al loro lavoro.

“Ma non è solo una questione economica. Non si abbandonano più i terreni, che anzi hanno acquisito valore. Così si preservano e si curano. I ragazzi trovano sbocchi lavorativi nel settore e arricchiti dalle competenze acquisite dagli studi universitari tornano nelle loro città diventando imprenditori agricoli. Si muove tutto l'indotto e si sviluppa un intero territorio che ancor di più pone attenzione nel valorizzare le altre risorse che possiede”.

Come si pone il consorzio rispetto al mercato?

“A differenza di altri consorzi, non abbiamo un fine commerciale. La commercializzazione dei prodotti è delegata al singolo associato. Trovo interessante il fatto che oltre al riscontro sul mercato delle grandi distribuzioni organizzate, gli associati si sono organizzati per la vendita diretta al consumatore. Portiamo le nostre arance fino in Svizzera, in Germania, in Austria”.

Avete costruito un modello di sostenibilità economica, sociale funzionante. Ma com'è il vostro rapporto con le condizioni climatiche e con l'inquinamento ambientale?

CONSORZIO ARANCE DI RIBERA: HOW TO AMELIORATE A TERRITORY THROUGH A SYSTEMATISING APPROACH

Since 1994, everything has changed for the municipalities revolving around PDO brand. From the fields deserted by farmers to growth and development. It's crucial to systematise

The forward-looking perspective of some visionaries often creates the ground for new opportunities and for promoting development. Eighteen years ago, Enrico Briguglio, along with a few other Sicilian restaurateurs, founded the association “*Le Soste di Ulyse*” to systematise tourist services and catering in Sicily. Today, it consists of 44 partners, among restaurateurs and hoteliers. Some Sicilian wineries and a few producers collaborate with us, too. Being together allows us to help each other, to promote Sicily and our companies. We have not reinvented the wheel indeed, but exchanging views with other associations is of fundamental importance to adopt positive models, share difficulties, and do networking. At the end of the 1980s, the producers from Ribera decided to team up. The Consortium for the protection of the Ribera orange of Sicily was born.

The president of the Consortium, Giuseppe Pasciuta, is an agronomist and small producer of the Ribera DOP [PDO] Oranges. How was the Consortium born, and what are its effects?

“It was born in 1994 from the need of the local citrus producers, who were suffering the competition from other producers. I only say that we now produce three varieties like *Brazilian*, *Washington navel* and *Navelina*. These varieties are also produced outside the consortium territories, but our soil and microclimate favour the



“Faccio una premessa: le nostre coltivazioni ci permettono di non fare trattamenti una volta raccolto il prodotto per preservarlo. È importante perché consente un uso completo dell'arancia. Si utilizza il succo ma anche la buccia è edibile. Le condizioni climatiche in Sicilia ci permettono di affrontare la produzione nel rispetto delle stagioni. Tuttavia, accade che l'aumentare della temperatura media dia vita a fenomeni di cascate anomale (*le arance cadono dai rami prima del tempo di maturazione, n.d.a.*). Riusciamo ancora a lavorare sulle piante attraverso la lotta integrata ma, anche in questo caso, l'aumentare delle temperature medie impedisce la morte di alcuni insetti nocivi sensibili alle basse temperature”.

Quali sono le altre difficoltà che incontrate?

“A volte abbiamo difficoltà a reperire le risorse necessarie per proseguire la nostra opera di sviluppo del territorio e di comunicazione e anche ottenere fondi statali non è facile. Ci servirebbe maggiore aiuto dai comuni, abbiamo ancora difficoltà con le infrastrutture e i trasporti, ma continuiamo a fare opera di sensibilizzazione sia all'esterno che al nostro interno. Mi piacerebbe che i nostri associati facessero ancora di più e investissero sul consorzio per promuovere una serie di attività che potrebbero ancor di più valorizzare il nostro territorio e il nostro prodotto”.
Trovo necessario avere un costante confronto con le istituzioni, soprattutto per chi come noi opera all'interno di un territorio per il territorio e la cui attività non ricade solo all'interno della propria azienda ma attraverso l'indotto su tutto ciò che ci circonda.

production of oranges with unique traits. Such uniqueness allowed us to get the DOP brand in 1999, as well as the recognition of it at the European level in 2009. *For the producers, what did that mean in practice?*

“The constant growth and the protection of their product and work. We started when oranges had such a low market value that they were not harvested, which caused us to desert the agricultural land. In 2000, their value was about 20 cents [0.17 GBP] per kilo, while today the producers sell their oranges at 50 cents [0.42 GBP]. The power of the brand can also be appreciated with the imperfect fruits. Today, they are also of value and no longer discarded because the Ribera DOP orange is a recognized brand.”

What a great result! 300 large and small pro-

SGOMBRO CON INSALATINA D'ARANCE E FINOCCHIO (per 2 persone)

ricetta di Pino Cuttaia, chef stellato del ristorante La Madia a Licata



INGREDIENTI

Per lo sgombro

2 tranci di filetto di sgombro

Per l'insalatina

un'arancia

un cipollotto

un finocchio medio

olio extravergine d'oliva

sale e pepe

Lo sgombro

Spennellare un po' di olio extravergine di oliva sulla pelle del filetto di sgombro e cuocerlo sulla griglia solo dalla parte della pelle. Una volta cotto, salare.

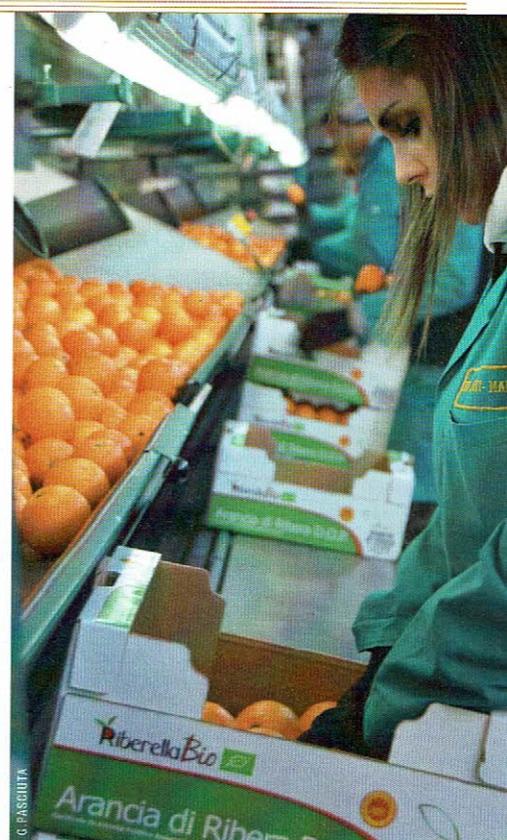
L'insalatina

Sbucciare le arance a vivo, ricavare gli spicchi staccandoli dalla pelle con il coltello e tagliarli a pezzetti. Raccogliarli in un'insalatiera con la parte bianca dei cipollotti affettati a julienne e i cuori di finocchio tagliati sottili. Condire con olio, sale, pepe e mescolare.

Presentazione

Adagiare sul piatto l'insalatina di arance, sopra le falde di sgombro, Guarnire con alcuni ciuffi di finocchio.





A sinistra, la raccolta delle arance; a destra, un momento della lavorazione: i frutti vengono preparati per la vendita.

“Assolutamente. Nel 2014, il Ministero delle politiche agricole e forestali ha approvato il progetto ‘Le vie della zagara’ per la valorizzazione degli agrumi e dei propri territori presentato dal Distretto produttivo agrumi di Sicilia di cui sono vicepresidente”.

Di che cosa si tratta?

“Il Distretto si propone di lavorare per costruire e comunicare un’immagine sinergica fra prodotto, territorio, qualità e sicurezza alimentare, con l’obiettivo specifico di una valorizzazione complessiva dell’insieme delle risorse e degli elementi di identità che costituiscono un patrimonio dell’intera comunità locale e attraverso ‘Le vie della zagara’, innovare e valorizzare le produzioni agrumicole siciliane di qualità e garantire un cibo sano con un’innovazione organizzativa e di sistema e, al contempo, favorire la conoscenza anche delle tante altre produzioni di qualità, sia agricole che artigianali siciliane, creando un forte raccordo tra i diversi comparti economici dell’isola: agricoltura, pesca, artigianato e turismo”.
Come immaginavo siamo perfettamente allineati. Lo scopo è il medesimo, parlare di terra, di mare, di donne e di uomini. Così come Le Soste di Ulisse, abbiamo uno scopo comune.

Valorizzare le eccellenze di produzione artigianali e agricole attraverso il turismo, perché bisogna far conoscere non solo le eccezionali qualità del prodotto siciliano, ma anche l’unicità del suo territorio e in particolare dei luoghi di produzione, le realtà aziendali e le persone che con passione e impegno si dedicano. Naturalmente, sia per promuovere questo aspetto sia per affrontare i mercati interno ed estero, occorre fare sistema.

Pino Cuttaia

ducers, distributed over 14 municipalities ranging from Menfi to Bivona and Siculiana, with Ribera as the epicentre, have set great value on their product and, as a result, on their work.

“It’s not just an economic matter. We now preserve and take care of our land. Young people find work opportunities in this sector and, after equipping themselves with university studies, return to their hometown to become agricultural entrepreneurs. We have activated satellite activities and focused on the other resources, too.”
How does the consortium interact with the market?

“Unlike other consortia, our purpose isn’t commercial. The marketing of the products is delegated to the individual partner. We also sell our oranges in Switzerland, Germany, and Austria. We want to enhance the excellence of artisanal and agricultural production through tourism. It’s necessary to show not only the exceptional qualities of the Sicilian product but also the uniqueness of its territory.

