

IL SOLE DELL'ETNA SPA. Un progetto per la Sicilia.

E' un fatto.

La Sicilia gode di una posizione strategica nel Mediterraneo capace in teoria di controllare e dirigere i processi produttivi agricoli piuttosto che subirli dai paesi concorrenti, in Sicilia opera una imprenditoria agricola di rilievo con una storia ed una esperienza ragguardevoli, esistono produzioni di eccellenza come Ortaggi, Uve, nuove varietà agrumicole, eppure queste produzioni di eccellenza convivono con delle aree di arretratezza che stentano ad evolversi. Queste aree ci si ripropongono con crisi ricorrenti, con il ripresentarsi della produzione annuale, immancabilmente, ogni stagione.

Eppure su queste produzioni, anche l'agrumicoltura, si sono investiti tempo e denaro negli anni precedenti, su queste produzioni si sono focalizzati gli sforzi delle amministrazioni, della politica, oltre che degli imprenditori del settore, dei produttori e degli addetti alla nostra filiera di produzione; molti si sono mostrati al capezzale del malato, ma senza apparente successo. Hanno talvolta sinceramente pianto con i convenuti, oppure hanno solo appoggiato il cappello sul letto per una fugace apparizione di cortesia o di interesse ma l'incarnato del degente non ne ha ricevuto benefici suggerendo una patologia con decorso infausto.

Tanti hanno nel passato parlato della crisi agrumicola, e personalmente sono in condizione di mostrare articoli ed interventi di trenta, quaranta anni fa che potrebbero essere alla bisogna riciclati con successo anche oggi, perché usano termini e concetti per nulla dissimili a quelli che ci ripropone oggi la cronaca della nostra "polis".

Con l'allargamento della Comunità alla Grecia (1981) ed alla Spagna (1986) la nostra Agricoltura si è trovata di fronte a nuove sfide e nuove opportunità. L'arrivo delle varietà a polpa bianca, più rustiche, produttive, di calibri sostenuti e praticamente senza calibri inferiori al 108, ha aperto un confronto con le nostre varietà tradizionali e negli anni '80 e '90 i nostri produttori hanno visto ridimensionarsi drasticamente le esportazioni, dissolvere il valore delle pezzature piccole e in definitiva scemare la redditività dell'impresa a agricola monoprodotto che aveva costituito prima e dopo l'ultima guerra la via siciliana alla specializzazione, un esempio di efficienza nella creazione di valore aggiunto comparato alla produzione dei seminativi e dei frutteti tradizionali.

In questo scenario però si annidano oggi contraddizioni che fanno pensare:

- il reddito lordo dell'azienda agrumicola siciliana è più alto delle aziende concorrenti europee, il dato, è certo, è a due cifre anche se non ci si trova d'accordo sulla entità definitiva,
- imprenditori singoli che comprano aziende in crisi, investono riconvertendo, guadagnano e tornano a comprare altre aziende, favorendo un consolidamento ed estensione delle grandi entità produttive,
- tra le varietà di vecchia produzione (Moro-Sanguinello per esempio) e le nuove (Tacle, nuovi Cloni di Tarocco, Nova per esempio) la differenza tra i prezzi franco azienda è abissale collocandosi tra i .20 fino a .60 Euro al kg. Denotando una Vitalità del sistema inaspettata fatta di ricerca di base e sensibilità verso le preferenze del consumatore finale. E' come se il nostro malato ogni tanto si alzasse per passare una notte in discoteca.

Da 106 mila a 96 mila ettari coltivati in Sicilia; i dati ISTAT mostrano un decremento del 9,5% delle superfici agrumate in Sicilia dal 2000 al 2004, segno evidente di un arretramento dell'interesse degli investitori ed, a prescindere dal dato in se e dal suo dettaglio nel territorio, parlando con le nuove generazioni di imprenditori netta si ha la sensazione che costoro non scommetterebbero sugli agrumi neanche una Lira a causa della loro scarsa redditività, del loro collocamento cronicamente incerto, del rapporto difficile e aleatorio con le politiche di sostentamento dei redditi minimi approntate dalla Comunità, il tutto in quadro che vede aumentare le importazioni di frutta e segnatamente di agrumi da paesi PTM (Paesi Terzi del Mediterraneo).

Tenendo presente che sono state impiegate significative risorse negli anni passati, considerato che buona volontà ed impegno sono stati profusi da tutti non fosse altro per cavarsi di torno la produzione sempre alla ricerca di una spalla sulla quale piangere: che cosa non ha funzionato ?

La maggioranza degli interventi possono essere iscritti in due strategie di intervento in larga parte favorite dalla disponibilità di fondi comunitari approntati per queste necessità:

- stimolo della domanda,
- appoggio alla riconversione.

I primi genericamente legati al sostegno della produzione esistente e quindi dei redditi minimi, ed i secondi alla diversificazione varietale e quindi di converso alla specializzazione delle aree veramente vocate alla produzione di arance rosse in una logica IGP.

In Sicilia queste due strategie di intervento hanno generato due false consapevolezze:

- produciamo troppo ed abbiamo bisogno di aiuti per poter collocare. Non è l'azienda monoprodotto in crisi ma il sistema di sostegno.
- Dal primo assioma discende che è inutile tornare ad investire in agricoltura perché la Sicilia a causa dei suoi costi è fuori mercato. Sic et simpliciter.

Con i numeri in mano invece: collochiamo sempre meno, importiamo sempre di più, abbiamo investito al fine di sollecitare una domanda all'estero che di fatto è stata poi soddisfatta dalla produzione Marocchina piuttosto che Spagnola.

Sarebbe una ottima traccia per una commedia degli equivochi.

Il produttore agrumicolo siciliano è indotto a sbagliare e si lascia condizionare da luoghi comuni o comportamenti che avevano altra genesi ed altri scopi. In realtà la Sicilia ha possibilità enormi ed è seduta su di una pentola d'oro.

Qui non è in discussione se sia opportuno assecondare le strategie e le priorità Comunitarie o se abbiamo sfruttato adeguatamente le risorse assegnateci, tema ormai superato nei fatti perché delle nostre scelte stiamo già godendo o maledicendo gli effetti, il problema è che almeno dovremmo avere piena consapevolezza della stato reale della nostra agrumicoltura come della nostra agricoltura in generale, i suoi punti forza e quelli di debolezza, per rinnovare la volontà di tornare a essere imprenditori agricoli e consegnare ai nostri figli una agricoltura degna di essere praticata in un paese industrializzato.

I fenomeni di scollamento tra i consumatori ed i produttori e quindi la perdita di contatto con il mercato non genera solamente la difficoltà a collocare i propri prodotti e quindi un impoverimento aziendale ma anche la perdita di informazioni di rimando dal mercato stesso.

Infatti troppe aziende hanno atteso indefinitivamente il momento di riconvertire per mancanza di indicazioni, appunto dal mercato, e per scoraggiamento.

In realtà l'adeguamento della produzione attraverso la riconversione varietale o intervarietale è attività normale di ogni impresa per adeguare costantemente i prodotti alle esigenze crescenti dei consumatori, in un quadro competizione tra le imprese che riforniscono lo stesso mercato.

Che ne pensereste se la Fiat si fosse fermata alla Balilla e si chiedesse oggi perché mai i consumatori non accettano più il prodotto e perché quindi la produzione non è più remunerata ?

Sì, lo so che è una iperbole, ma quanti Piani Agrumi, quante raccomandazioni sono andate disattese in barba alla Tristezza e patologie varie ?

Oggi si può e si deve pensare ad un approccio coordinato al mercato, in termini di calendari compatibili con la produzione europea e mediterranea, e di massa critica. Il mercato si è organizzato, la domanda si è concentrata. Rispetto a solo dieci anni fa i gruppi GDO che erano più di 30 a livello europeo sono ridotti a meno della metà, attraverso fusioni e concentrazioni ed operano coinvolgendo diversi paesi europei.

Essi sono facilmente identificabili in Internet dove si può trovare in un solo sito indirizzo, telefono ed indirizzo di ciascun compratore.

Oggi la strategia non consiste nello scoprire un mercato, identificare un consumatore e convincerlo a comprare un prodotto che ripetutamente ha dimostrato di non voler, almeno pagando costi che remunerino il produttore.

Oggi sul tavolo c'è la priorità di riappropriarci della nostra capacità imprenditoriale e creare prodotti che trascino la collocazione degli stessi un metro fuori il cancello delle nostre aziende.

Se un metro prima del cancello, meglio.

Tutto ciò che si è investito per allargare il mercato è benedetto a patto che sia servito a cambiare o migliorare specializzando la produzione.

Sicuramente i lettori agricoli con qualche anno ricordano il tempo quando i mediatori dormivano fuori, i più fortunati in Giardinetta, dai giardini dell'Arena per acquisire il diritto di precedenza nelle contrattazioni e quando, mentre il commerciante girava nel fondo per la stima, un altro aspettava fuori al cancello ed un terzo fumava una sigaretta a rispettosa distanza aspettando il suo turno.

Quel ciclo economico a costruito interi quartieri nelle nostre città, a permesso a molti figli di laurearsi, a cambiato la faccia di molti centri agricoli.

Chi pensava a quei tempi all'Aima ?

Di questa crisi di identità, perché questo è il nome e di questo si tratta, della imprenditoria agricola non è certo vittima solo la Sicilia, anzi forse la Sicilia ha anticipato già il ciclo economico successivo mostrando imprenditori già attivi nell'aria di libero scambio mediterranea in import ed export, pronti ad investire nelle aziende isolate, pronti a seguire i segnali sempre più forti di interesse per la Sicilia e per il nostro territorio.

Infatti tutte le regioni d'Italia soffrono dello stesso problema e tutte le regioni d'Italia non hanno un loro convincimento una loro idea di sviluppo, di cosa vorrebbero fare da grandi.

L'idea che ha circolato è che la rappresentanza trasversale della produzione italiana, per esempio dai Capperi di Pantelleria alla Renetta del Trentino, possa rappresentare una soluzione.

Infatti detta rappresentanza più o meno sostanziale conferirebbe: massa critica con la GDO allargando il paniere dei prodotti, possibilità di sedersi ai tavoli che contano a Bruxell, millantando o no, una coscienza sensibile alle problematiche incrociate della nostra produzione nazionale, ed alla fine indirizzare la scelte della nostra politica agricola nazionale.

Queste esperienze, per quanto legittime per chi le conduce, non portano nessun beneficio e nessun danno alla produzione siciliana. Esse finiscono per essere solo per noi momenti generici a sostegno del consumo di frutta e verdura e sostanzialmente

però di una attività lobbistica di alcuni gruppi determinati, in vantaggio delle loro proprie produzioni. Non certo Siciliane.

Il management di questi gruppi ed enti appare regolarmente nella stampa specializzata ed in quella nazionale, disquisendo delle meccaniche delle cose agricole, ogni giorno ad Uno Mattina, spesso in altre trasmissioni, attendati al Ministero, automaticamente, dopo la nomina prendendo in consegna il nuovo ministro dell'Agricoltura.

Gli stessi personaggi però non sono fruttivendoli e tanto meno produttori, non distinguono una pera da una arancia.

Perfettamente intonati al coro servono come cassa di risonanza alle direttive CEE, vanno in falsetto sulle circolari ministeriali, interpretano e si orientano sempre "a vento".

Questa filosofia ai Siciliani non serve. Dobbiamo tornare ad investire sul prodotto. Noi crediamo che il rilancio della agricoltura passi attraverso la centralità della produzione e del prodotto stesso.

Noi crediamo che il rilancio passi attraverso la qualificazione del territorio e della produzione, in questa maniera sì, aggregando valore aggiunto alla frutta.

Noi crediamo che con la nostra ricerca varietale adeguatamente incentivata e ristrutturata con accordi internazionali sulle varietà, si possa trovare da soli la strada dello sviluppo, ed arrivare ad essere grandi.

E se dobbiamo fare lobbistica siamo bravissimi da soli. Ci sono dubbi ?

In questo senso ossia nel fatto che noi crediamo nella centralità della produzione, essi nella centralità della rappresentazione dell'offerta e nello stimolo alla domanda, si materializza la differenza, ed in questo senso, perché è facile trovare burocrati ma difficile trovare produttori e fruttivendoli che conoscano veramente il mercato e le sue necessità, noi abbiamo il Nostro Modello di Sviluppo differente e coerente alle nostre vere necessità e specializzazioni.

Decine di società ispirate al modello non nostro hanno operato in Sicilia in rappresentanza ed in accordo con gruppi del nord.

Non una nuova pianta è stata messa a dimora. E come sarebbe potuto essere il contrario ?

In questo scenario vanno inseriti gli altri attori, le altre economie agricole che con la nostra concorrono a soddisfare il consumo Europeo. Essi non vanno solo temuti in astratto ma conosciuti con i loro punti di forza e di debolezza.

La Spagna ha subito profonde trasformazioni nelle zone di Almeria, Murcia e Valencia. Molte attività agricole sono state riconvertite a impianti per il turismo ed edilizia residenziale.

La zona ancora in espansione è quella di Malaga, Huelva, Sevilla, e Badajoz, legate a culture nuove e specializzate. Il resto è già sulla via della riconversione e specializzazione dato che, così come si presentano le colture non sono più redditizie da anni, specialmente gli agrumi. Avendo la Spagna unità produttive molto più grandi

delle nostre la riconversione procede lentamente fatta eccezione per gli agrumi dove ormai si tende a ritenere definitivamente perse al mercato del fresco le aziende ancora non riconvertite a causa dei ricavi ormai insignificanti e le spese in crescita esponenziale.

La Spagna si è nel frattempo riconvertita nel maggiore importatore di agrumi in contro stagione a completamento della propria offerta per la GDO europea.

Il Marocco grazie alla alta specializzazione ed ad una buona organizzazione-paese è sicuramente il competitore più agguerrito. Il bacino di consumo gravita molto nei mercati Americano, Russo e Nord Europeo, e della Francia. L'agricoltura è sostenuta da una buona ricerca di base, grandi estensioni, ottime e diversificate condizioni climatiche, bassi costi di mano d'opera.

L'Egitto ha grandi possibilità nell'aria del delta, costi contenuti, ma non ha ricerca e l'agricoltura si basa esclusivamente su importazioni di tecnologia estera.

Nell'area del delta, estremamente temperata, non tutto raggiunge le condizioni ideali di sapore, ed esistono limitanti importanti in questo senso.

L'area di Aswuan, al nord prossima alla diga è sicuramente un agguerrito competitore, ma l'area non è sufficientemente popolata, è lontana (1.500 km.) dai porti mediterranei.

La Turchia con 80 milioni di abitanti, una produzione importante in atto e la diga di Ataturk che ha reso irrigui più di 700.000 ettari di ottima terra si propone nel mercato come un competitore globale in grado di esportare frutta, ortaggi ed agrumi.

Gli agrumi però hanno anche qui delle limitanti in parte dettate dal mercato di riferimento (Balcani- Mar Nero e consumo interno) che chiede per esempio Satsumas, in parte da condizioni climatiche che non incoraggiano tutte le produzioni perché non in grado di garantire condizioni organolettiche di eccellenza.

Sugli agrumi tardivi poi con l'incremento del turismo estivo ed il consumo interno, il paese si è già convertito in importatore di merce oltremare, seppure con quantità modeste.

La Grecia non è attualmente un competitore diretto, interagisce in maggioranza con la Turchia nei Balcani e non credo possa rappresentare nell'immediato una minaccia alla nostra distribuzione.

Per quanto riguarda quindi il mercato rifornito prioritariamente dalla Sicilia che è composto circa dal 75% da compratori nazionali il maggiore competitore è la Spagna (paese comunitario quindi con costi assimilabili ai nostri) ed in misura minore Egitto e Marocco con quote inferiori al 10% e per finestre commerciali brevi e definite.

Inoltre con l'aumento dei redditi e quindi dei consumi interni in questi paesi, la specializzazione di questi paesi in aree di collocamento distinte dalle nostre, con il differenziale sui trasporti che in genere ci avvantaggia, non è vero in termini generali che la Sicilia sia costretta a subire e basta la concorrenza dei paesi emergenti PTM. Una cosa è vera che siamo obbligati, se vogliamo proseguire nell'attività in un paese come l'Italia, a continuare la strada delle specializzazioni, del valore aggiunto fatto di ricerca, acclimatamento di nuove varietà, specializzazioni, differenziazione

qualitativa, in una parola IGP e DOP in un quadro di rinnovamento. Controllare la nostra offerta e migliorarla.

Fermo restando che, come accennato, la Sicilia mantiene il primato del ritorno lordo franco azienda in diverse produzioni, non solo per gli agrumi, noi abbiamo scelto per gli agrumi una nostra via (le arance rosse) che ci differenzia e qualifica rispetto a tutti.

Questo concetto oltre ad essere valido nella astrazione è vero nella pratica, ma oggi produciamo troppe arance rosse, o troppe arance che vendiamo per rosse, rispetto al nostro bacino di consumo.

Parlare di riconversione varietale o intervarietale quindi vuol dire: estendere il calendario di raccolta delle aziende agricole e diversificarne il rischio, contribuire con l'aumento delle quantità prodotte a ridurre l'incidenza dei costi fissi, una ottimizzazione dell'impiego della mano d'opera, e una specializzazione e riduzione secondo aree vocate delle produzioni di arance rosse che acquisterebbero per conseguenza adeguato valore commerciale.

Questa è la strada percorsa dalle agricolture più avanzate europee, Francia per prima, strada obbligata per agricoltori che vogliono vivere e guadagnare in paesi del primo mondo, convivendo con i costi del primo mondo.

A tale scopo, per favorire l'approccio al mercato per le aziende, specialmente quelle rimaste isolate, per incentivare una produzione specializzata e diffusa, per abbassare la soglia di accesso alle informazioni legate al mercato e quindi alla riconversione, per siglare accordi nazionali ed internazionali per conseguire le più recenti varietà vegetali, per l'approntamento di calendari di produzione compatibili con le altre produzioni europee e PTM con i clienti interessati, tutte informazioni sino ad oggi riservate a grossi operatori, è nata: Il Sole dell'Etna, società per azioni costituita dalla Provincia di Catania ed operatori privati.

Essa è dedicata alla vendita di servizi avanzati alla filiera ortofrutticola Siciliana.

Tra i primi servizi vi sono:

La riconversione varietale ed intervarietale secondo calendari compatibili elaborati con la clientela italiana ed europea,

- il conseguimento di materiale vegetale Siciliano (agrumi a polpa rossa) ed estero (fruttifere) sano ed adatto alle finestre commerciali individuate,
- la vendita delle piante e l'assistenza in campo sino al conseguimento della produzione, il collocamento della stessa,

assistenza finanziaria ed economica,

implementazione del protocollo Sicily Gap elaborato e proposto per certificare non solo le aziende ma anche il territorio afferente alle stesse in uno sforzo sinergico con gli enti locali di riferimento.

Di questi primi prodotti abbiamo portato l'offerta ai produttori, attraverso gli assessorati comunali, porta a porta sino al completamento dei comuni della provincia. Sono già iniziati il collocamento e l'assistenza e a coloro che hanno già scelto i nostri servizi, che ringraziamo.

Incontrando i produttori abbiamo potuto anche mappare lo stato d'animo dei nostri imprenditori partendo da un'ottica nuova.

Il Sole dell'Etna non fa assistenzialismo, è una società commerciale di capitali.

Ha dei soci che hanno investito dei soldi e si aspettano un utile a fine anno.

Al fine di raggiungere questi scopi il management della stessa (3 persone) deve trovare prodotti che invogliano i produttori a comprare e su questi prodotti pagarsi le spese.

Lo stato d'animo del produttore recatosi a questi incontri nei locali comunali era sfiduciato e impreparato aspettandosi di sentirsi ripetere promesse di assistenza ed aiuti da un ennesimo ente, nel clima festoso di un approccio elettorale.

Saputo che i signori convenuti volevano vendere dei servizi, fornendo anche i mezzi per poterli pagare, i primi tempi alcuni si allontanavano come chi si protegge da un animale raro.

Il nostro imprenditore agricolo si aspettava di sapere cosa la Sicilia poteva fare questa volta per lui.

Una rivoluzione culturale. Ma detta rivoluzione non era tanto nella testa dei produttori, perché tutto si può dire dei Siciliani meno che non capiscano al volo, e quindi avevano sempre saputo benissimo che alle volte le riunioni che si erano succedute in altre occasioni erano più un dialogo cifrato tra parti sociali (istituzionali-impedimentaria) piuttosto che riunioni operative per prendere decisioni su specifiche questioni.

La rivoluzione è nel fatto che si è constatato il bisogno diffuso di uno sforzo comune per ripristinare le funzioni degli attori della filiera, dando a ciascuno il suo compito. Una consapevolezza assoluta degli errori passati una nuova chance di fiducia tra le parti.

Se i produttori ritenevano che l'assessore tale avesse dovuto vendere i loro Carciofi c'era stato un equivoco.

Se gli amministratori pensavano di dare risposte con vaghi piani di collocamento, quando è risaputo che solo quantità, domanda e qualità, determinano il prezzo ce n'è un altro.

E via discorrendo.

Essi dovrebbero interloquire sulle strutture, sull'acqua, sulla gestione del territorio afferente alle aziende, sull'ottimizzazione delle risorse nazionali e comunitarie, nella missione comune di creare un sistema-regione competitivo, lasciando ai produttori la responsabilità dell'impresa ed agli amministratori pubblici l'intervento strutturale ed il quadro normativo.

Oggi nel sistema comunitario tutti siamo in competizione, non solo gli imprenditori tra loro ma anche le amministrazioni pubbliche tra loro.

Un imprenditore ha il diritto-dovere di accedere ai migliori servizi possibili nel quadro della competizione tra regioni e tra paesi della Comunità.

I due soggetti menzionati: il produttore di carciofi ed i managers stancacervelli nordisti sono due facce della stessa medaglia, soltanto che il primo è una vittima dei secondi, o diciamo meglio, egli è un effetto collaterale della loro attività lobbistica e della loro filosofia.

Se il produttore di Carciofi non ricomincia a pensare di ripartire dal prodotto come lui ha sempre fatto, non si muove per trovare, per esempio, a Novelda ed Alicante accordi sul Calico bianco ed il Salambo (due varietà di carciofi) e chiude degli accordi per la vendita nei mercati interessati, non appronta un aggressivo marketing locale con le varietà tradizionali la crisi non si risolverà presto, perchè egli produce in una finestra di mercato affollata da competitori esteri (primo l'Egitto).

Il produttore siciliano messo davanti alla realtà reagisce ed ha i mezzi tecnici e culturali per farlo.

Se invece, per opinione corrente, egli ritiene che la soluzione non è più dipendente dalle sue scelte e dalle capacità della sua terra, ma dipende da qualcuno o qualcosa altrove, lì cominciano i guai perchè in questa nebbia si perde il senso dell'orientamento ed anche le relazioni tra noi, come parti distinte dello stesso tessuto sociale in forza di questo equivoco, si complicano rendendo più difficile ciò che invece è intuitivamente facilissimo.

Questo ridursi progressivo dell'attività di questo produttore avviene per narcosi, e mai dovremmo permettere che questo avvenga ad un imprenditore, in modo particolare siciliano.

Per consapevolezza e cultura la Sicilia è in grado di elaborare ed imporre il suo modello di sviluppo in un sistema di competizione e non di semplice sussidiarietà. Questa è la novità. La buona novella.

Ma in ogni economia che funziona il suo successo è direttamente proporzionale al livello e qualità dell'informazione in possesso dei suoi attori. Dobbiamo informarci vicendevolmente e regolarmente in maniera corretta, e da questa interazione nascono le premesse per una effettiva e penetrante gestione economica.

Un atteggiamento libero da preconcetti e false aspettative ci pone in diretta visione del mercato, ed abbiamo i mezzi per approntare le risposte commerciali adeguate.

Se questo quadro di insieme è condiviso, e con esso gli obiettivi: tutti devo tornare a concedersi vicendevolmente fiducia.

Fiducia che ciascuno nel suo ruolo di amministratore, di politico, di imprenditore operi per il suo meglio, consapevole che lo sviluppo della nostra isola passa attraverso il binomio agricoltura e territorio.

L'obbiettivo è il duraturo rilancio economico, nell'interesse di tutti e per il superiore interesse della Sicilia.

Elio D'antrassi presidente del Sole dell'Etna Spa.