

I prodotti di alta qualità lanciano la Piana del Sele

Il parterre delle Igp campane si arricchisce di una nuova eccellenza: il Cavolfiore rafforzerà e valorizzerà la produzione "blindando" sul territorio il valore aggiunto

LO SCENARIO

Anna Maria Capparelli

Piana del Sele, terra promessa delle produzioni ortofrutticole italiane. E non solo perché in quell'area vocata, in provincia di Salerno, si concentrano grandi eccellenze, dalla rucola alla castagna fino al carciofo e al cavolfiore, ma anche perché grazie alla scelta di puntare su Igp e sulla costituzione di Consorzi di tutela si valorizzano i prodotti e soprattutto si lascia sui territori il valore aggiunto. La strategia di filiera ha consentito infatti di raggiungere ottimi risultati di carattere economico in primis, ma anche occupazionale, sociali e culturali. Con una spinta importante anche al turismo enogastronomico.

NEW ENTRY

L'ultimo arrivato nel blasonato parterre delle Igp ortofrutticole è il Cavolfiore della Piana del Sele. Due giorni fa infatti è stato riconosciuto ufficialmente il Consorzio presieduto da Raffaele Scarano. Si conclude così il lungo iter (4 anni) che ha condotto il 2 luglio scorso ha ottenere l'iscrizione della Igp nella Gazzetta Ufficiale europea. Quindi il via libera al Consorzio di Tutela che - spiega una nota del ministero guidato da Francesco Lollobrigida - rappresenta il 100% della produzione certificata, testimoniando l'importanza della coesione territoriale e della collaborazione tra i produttori. Il prodotto potrà così distinguersi sui mercati nazionali e internazionali, valorizzando il forte legame tra tradizione, territorio ed eccellenza agroalimentare. Su una superficie di 1.200 ettari in questa campagna iniziata a ottobre e che si concluderà ad aprile si raccoglieranno 24 milioni di teste di cavolfiore. In soli due mesi di attività, partita con il riconoscimento del prodotto, sottolinea Antonio Vocca, direttore generale dell'Organizzazione dei produttori Solco Maggiore, anima del progetto, ne sono stati commercializzati 100 mila. Dal Consorzio la filiera del Cavolfiore Igp si attende dice Vocca un'accelerazione produttiva ed economica. Già oggi il prodotto è presente nella Grande distribuzione nazionale, ma con l'azione di valorizzazione e promozione le vendite sono destinate a crescere. Come i produttori, in tempi brevissimi si arriverà a 30 aziende, ma le domande di adesione sono in costante aumento. «Si tratta sottolinea Vocca - di un prodotto molto curato, con un packaging innovativo, il particolare cestino, che ha incassato già due premi, alla Fiera Marca e al Fruit Logistica di Berlino. Il vero vanto è poi l'etichetta trasparente e intelligente». Attraverso il QR Code si possono ottenere informazioni storiche e archeologiche sulla zona di produzione oltre a quelle nutrizionali: uno chef, Davide Oldani, e un medico, Cesare Gridelli direttore del Dipartimento di Onco-Ematologia di Avellino, illustrano, ciascuno nel proprio campo, le caratteristiche di un prodotto considerato un concentrato di vitamine. L'ambizione è di mettere il cavolfiore al centro di un sistema che coinvolga agricoltura, alimentazione e turismo che ha funzionato bene con il vino e che potrebbe replicare il successo con l'ortofrutta. E nel futuro il Consorzio potrebbe giocare la carta dell'export con prodotti trasformati come le tartarre, le creme e le passate certificate 100% cavolfiore della Piana del Sele.

PROSPETTIVE

Si possono aprire prospettive interessanti, assicura Vocca, in particolare per i giovani agricoltori, poiché la coltivazione è in pieno campo e non richiede grandi investimenti.

D'altra parte la storia dei Consorzi campani, alcuni ormai storici, è lastricata di successi. È il caso della Mozzarella di Bufala campana Dop, un vero gigante, ma anche della Rucola Igp. Le eccellenze della Piana del Sele si possono declinare in cento modi, ma tre afferma Vito Busillo, presidente del Consorzio della Rucola Igp e del Consorzio di Bonifica in Destra del fiume Sele - sono gli elementi che hanno reso grande la Piana. Il primo è la luminosità che, secondo uno studio del Cnr, è unica in Europa, il secondo è il valore culturale del marchio che si affianca a quello economico. «Una cultura della qualità che - secondo Busillo - è intrinseca nel genoma della Piana del Sele. E che è l'elemento forte di condivisione con il consumatore centrale nella nostra strategia». Terzo punto, ma non meno importante, la sostenibilità. Il sistema produttivo è legato all'irrigazione che permette l'autoproduzione di energia alternativa. «Chi acquista un prodotto della

Piana sostiene con orgoglio Busillo compra anche un pezzettino di ambiente». Il Consorzio di bonifica produce infatti 6 milioni di chilowattora. Sostenibilità che deriva anche dalle modalità produttive e di raccolta che avviene solo con macchine elettriche. Un mix vincente di fattori che ha sostenuto la scalata del Consorzio della rucola (è al 6° posto) nella classifica dove operano giganti come il Parmigiano Reggiano e la Mozzarella di bufala campana. E che oggi vanta un giro d'affari di 15 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA