

L'oliva da tavola pugliese Dop piace negli Usa e trova sempre maggiori consensi anche in Russia

La Bella di Cerignola vola all'estero

Soltanto il 5% della produzione viaggia con il marchio Ue – Lo scorso anno certificati 1.500 quintali

CERIGNOLA – Punta tutto sull'export la «Bella della Daunia», la Dop dell'oliva da mensa (di grosse dimensioni e ricchissima di polpa) coltivata nell'areale produttivo degli agri di Cerignola, Stornara, San Ferdinando di Puglia, Trinitapoli e Stornarella.

Più nota come la «Bella di Cerignola», questa oliva da mensa di origine autoctona la cui produzione risale al 1400, è venduta non solo in Italia, in particolare nelle reti della grande distribuzione organizzata, ma anche all'estero. Tra i tanti Paesi di destinazione i mercati più emergenti sono soprattutto gli Stati Uniti, dove la Bella di Cerignola viene esportata fin dalla fine del 1800 ed è molto richiesta data la presenza in quel Paese della più alta concentrazione al mondo di consumatori di oliva da tavola. Ma anche dall'altra parte del pianeta, in Russia, crescono i consumi e per la Bella della Daunia anche questo mercato è diventato, ormai da un anno, molto interessante.

Ogni anno, in tutto l'area, vengono prodotti, mediamente, quasi 30mila quintali,

il 5% del totale, è ottenuta seguendo le prescrizioni dei disciplinari e dunque certificata dal consorzio di tutela della Dop. In media, dunque, sono solo 1.400-1.500 i quintali commercializzati, in ogni campagna, con il bollino «La Bella della Daunia» con de-

stinazione soprattutto il Nord America.

A controllare su disciplinari di produzione, coltivazione, confezionamento e caratteristiche del prodotto è il consorzio di tutela della Dop, nato nel 2002 e presieduto da Stefano Pavoncelli che, dal 1993, guida anche

la cooperativa «La Bella di Cerignola», una grossa realtà produttiva con oltre 40 soci che nel 2006 ha raggiunto un fatturato vicino a 1,5 milioni di euro, in aumento rispetto al 2005 quando aveva toccato 1,35 milioni di euro. «L'andamento delle vendite – spie-

ga Pavoncelli – è buono anche se la campagna 2006 è stata caratterizzata da condizioni climatiche non favorevoli che hanno inciso sulle coltivazioni e quindi sulla qualità e grandezza del frutto. In ogni caso il prodotto piace molto, merito anche dell'azione di promozione

e valorizzazione svolta in questi anni dai privati, dai soci della nostra cooperativa e dal ministero delle Politiche agricole che insiste sui prodotti a denominazione di origine».

Nella campagna 2006 la quantità certificata è stata superiore alla media e ha raggiunto i 1.500 quintali, nettamente superiore a quella della Nocellara del Belice. Questa oliva da mensa piace ai consumatori perché possono gustarla da sola, insieme a un aperitivo, o accompagnata da formaggi. L'oliva, di forma allungata e di grandi dimensioni, può essere sia verde che nera, è ricchissima di polpa (85%) rispetto al nocciolo e viene concitata in appositi contenitori detti «cugnetti».

Particolare anche il procedimento di lavorazione, chiamato «Sivigliano»: i frutti vengono trattati con soda per deamarizzarli, poi vengono lavati con acqua corrente e conservati in fusti o vasi di vetro o di terracotta, aggiungendo del sale da cucina sciolto. Sul mercato un vasetto da 580 grammi di queste olive costa fino a 7-8 euro al dettaglio e all'estero, per esempio in Russia, anche 20 euro.

Dalle aree del Belice e dell'Etna i prodotti sono richiesti dalla Gdo La Nocellara fa gola ai grandi marchi

TRAPANI – L'olio d'oliva spinoso anche le olive da mensa. È la Sicilia, che con una produzione media annua di 15mila tonnellate, rappresenta i due terzi della produzione nazionale, ne è la prima regione produttrice, rilancia sui mercati la Nocellara del Belice e la Nocellara Etna, le olive da tavola di maggior pregio.

La prima è coltivata a Castelvetrano, Campobello di Mazara e Partanna (Trapani), la seconda alle pendici dell'Etna tra Paternò e Biancavilla (Catania). Per la diffusione nel territorio (8.500 ettari di uliveto), la quantità prodotta (10mila tonnellate) e l'elevata specializzazione degli impianti (il 95% degli uliveti sono a Nocellara) l'olivicultura della Valle del Belice è tra le

che culturali adottate (potatura annuale, trattamenti mirati contro i parassiti, concimazione) hanno elevato la qualità del prodotto e ridotto l'inconveniente dell'alternanza della produzione. Al resto ci hanno pensato i trasformatori che lavorano le olive sia in verde, con il metodo Castelvetrano (olive adolcite con trattamento alcalino e leggermente salate consumate prevalentemente in Campania e Lazio) o Sivigliano e al naturale (intere o schiacciate, di sapore leggermente amaro-gnolo, vanno per la maggiore in Sicilia e nel Sud), sia in nero. «Ai consumatori piace la Nocellara e la Gdo si sta avvicinando al prodotto», dice Francesco La Croce, presidente del consorzio Nocellara del Belice «Sasso, Carrefour e perfino Bar-

Nocellara del Belice Dop con le loro etichette». La valorizzazione della Dop può fare la differenza rispetto all'oliva convenzionale. «È un punto di forza dell'azienda», dice Enzo Di Prima, responsabile commerciale dell'oleificio Peruzza di Castelvetrano. «Ne produciamo e confezioniamo 2.500 quintali che collochiamo nella Gdo a un prezzo di 7 euro al chilo, mentre quello convenzionale confezionato costa tra i 5,5 e i 6 euro al chilo. Questo segmento vale il 50% del nostro fatturato che è di 1,5 milioni di euro». Tutto bene dunque? No. «Occorre più promozione e ampliare la platea dei confezionatori», dice Di Prima – in modo da incrementare il valore aggiunto e stimolare i produttori a certificare più prodotti».

Giamhattista Peni