

Duecento produttori, tra aziende e piccoli agricoltori, per un fatturato stimato poco superiore ai 20 milioni

Il carciofo, un'opportunità di sviluppo

C

on oltre duecento produttori, tra aziende e piccoli agricoltori, per un fatturato stimato poco superiore ai 20 milioni di euro. Il Carciofo spinoso cerdese è la cultivar più diffusa di un'areale di oltre 700 ettari coltivati a carciofaie che, dalle medie colline che introducono il territorio delle Madonie arriva sino alla costa di nord-est del palermitano. Quel territorio antico, presidiato già dai Greci che, dal fiume Himera si estende verso la valle del Torto, con suoli fertili e risorse idriche sotterranee normalmente abbondanti. Una produzione storica, insediata da oltre un secolo, che ha visto tante generazioni di intere famiglie dedicarsi a questa coltura, realizzando nel tempo, un vero e proprio piccolo distretto del carciofo di Cerda. Le produzioni in Sicilia del Carciofo – un ortaggio fortemente identitario per alcune zone di produzione della Sicilia, si ricordano, oltre Cerda, anche Niscemi, Menfi e Ramacca – rappresentano un'opportunità soprattutto per le nuove generazioni che devono trovare, nei loro territori di nascita, sostenibilità economica e migliori condizioni di vita. Si punta sulla capacità di verticalizzare la filiera, principalmente attiva sul prodotto fresco e appena colto, coinvolgendo anche la ristorazione che a questo prezioso ortaggio ha voluto fare riferimento, realizzando una vera e propria specializzazione gastronomica. Puntare sul Carciofo è più che legittimo, non solo per affermare il principio ispiratore voluto dal parlamento siciliano nella difesa delle tipicità produttive e della biodiversità agro-alimentare dell'isola, ma risponde ad un preciso atto legislativo parlamentare dell'ARS che istituisce una Fondazione ad hoc e attribuisce

al progetto di valorizzazione attenzione e risorse. «Questo territorio può attrarre investimenti, competenze e innovazione sulla filiera del Carciofo – sottolinea il sindaco di Cerda Salvatore Geraci nonché parlamentare dell'Assemblea Siciliana – può ampliare il suo raggio di azione su più direzioni, conservando e valorizzando questo straordinario prodotto – eclettico in cucina, perché si può preparare in mille versioni – raggiungendo nuovi mercati e nuovi sbocchi, soprattutto per la trasformazione del carciofo nelle sue tante declinazioni». Un potenziale che il territorio unanimemente riconosce a portata di mano e che guarda con grande fiducia alla possibilità che Cerda, anche rispetto alla programmazione prevista per Sicilia regione Gastronomica d'Europa 2025, possa interpretare quel ruolo di protagonista che oggi le compete, realizzando insieme alla Sicilia delle eccellenze, un'alleanza strategica per generare flussi turistici stabili tutto l'anno, aprendo il territorio a quei viaggiatori del Gusto e della Cultura che tra Palermo, Cefalù, Bagheria, Castelbuono e Cerda possono vivere un'esperienza immersiva tra bellezza, buon cibo e stili di vita autentici e identitari. «Siamo impegnati su più fronti – conclude il Sindaco Salvatore Geraci –, conosciamo il potenziale del carciofo spinoso cerdese e faremo di tutto perché venga valorizzato, economicamente, culturalmente oltre che nell'immagine. Siamo convinti che sia giunto il momento di riconoscere al territorio, ai produttori, alle famiglie di Cerda, uno strumento di tutela e valorizzazione, l'IGP del Carciofo di Cerda, adottando un disciplinare di produzione condiviso e rispettato. L'eccellenza è tale da esigere questa opportunità di crescita e di ulteriore sviluppo dell'indotto, compresa la ristorazione di cui si nutre».

Il sindaco Salvatore Geraci: «Questo territorio può attrarre investimenti e innovazione sulla filiera»



Per avviare una «nuova pagina» per lo sviluppo della filiera

Il futuro passa dall'immagine e dalla comunicazione

Occorre investire anche nella comunicazione e nella promozione del Carciofo spinoso di Cerda.

Le peculiarità organolettiche, l'identità territoriale e la storia di un'intera comunità sono punti di forza che, se ben strutturati e alimentati, possono avviare una «nuova pagina» per lo sviluppo della filiera e dei suoi addentellati nella ristorazione e, possibilmente, anche nell'industria della trasformazione. Una missione che Iocomprosciliano da alcuni anni porta avanti, con iniziative mirate puntando a coinvolgere mercati in cui la riconoscibilità del brand Sicilia è un forte elemento di competitività. Giovanni Callea, figura tecnica oltre che manageriale del made in Sicily ha le idee chiare. «Serve sempre più selezionare i target, puntando sull'autenticità e

l'identità dei nostri prodotti e dei nostri corrispondenti stili di vita. Guardate cosa è accaduto per il vino siciliano e quanto oggi costituisca un punto di riferimento nel processo di

affermazione della Sicilia nel mondo. Sullo stesso percorso troviamo anche l'olio IGP Sicilia che, in pochi anni, è diventata la prima IGP d'Italia e con buone possibilità di ulteriore crescita».

Il Carciofo di Cerda è il prodotto ideale anche per la ristorazione più qualificata e può costituire un ulteriore bacino di vendite ad alto contenuto di immagine. Sono tanti i ristoratori della Sicilia che già lo utilizzano nella preparazione di piatti gourmet, esaltandone l'ecletticità in cucina. Anche l'incontro con i vini può superare quei pregiudizi di incomunicabilità tra carciofo e vino.

La partecipazione della DOC Monreale ne costituisce un riuscito esempio. «È una scommessa che con il Cynara Festival abbiamo voluto intraprendere – dice Mario Di Lorenzo, produttore e Presidente della prestigiosa DOC di Monreale – i nostri vitigni da disciplinare di produzione, centrati su Catarratto, Perricone e Syrah, danno vini che possono ben sposare le ricette a base del carciofo».



Il sindaco di Cerda, Salvatore Geraci