

Convegno

**“Dieta mediterranea, opportunità di sviluppo per i Paesi del Bacino del Mediterraneo”**

Palermo, 14 marzo 2014

**Produzione e mercato al consumo dell’agroalimentare siciliano**

Prof. Antonino Bacarella

La produzione siciliana, globalmente presa, risulta di qualità ed in prevalenza tipica, con o senza marchio ufficiale. Ciò significa che potenzialmente (anche per la sua biodiversità) è destinata a mercati al consumo con target a reddito medio alto.

Il mercato al consumo siciliano, globalmente preso, risulta con target di reddito medio basso: il reddito medio pro capite è di oltre il 30% inferiore alla media europea ed inferiore di oltre il 50% al reddito medio pro capite del Nord Italia.

L’ammontare quantitativo delle singole produzioni dell’agricoltura può così differenziarsi:

- produzioni con quantità superiori alla capacità di assorbimento del consumo regionale (agrumi, ortaggi, uva da tavola, vino frumento, ecc.), le cui destinazioni, pertanto, più o meno prevalentemente sono i mercati extraregionali (resto d’Italia ed estero);
- produzioni inferiori, anche sostanzialmente, alla capacità di assorbimento del consumo regionale (carni, latte e latticini, olio, frutta fresca e secca, ecc.), per cui è necessario che provengano dall’esterno dell’isola ( si pensi, come esempio eclatante, alle banane).

Inoltre, nonostante numerosi siano i prodotti a marchio UE, i quantitativi certificati, fatta eccezione per il vino, sono irrisori.

Il prodotto biologico, in particolare, certificato viene immesso nel circuito commerciale in quantitativi notevolmente inferiori alle produzioni ottenute in circa 200 mila ettari coltivati che fruiscono del sostegno comunitario, significando che in Sicilia si coltiva con metodo biologico, ma non si producono alimenti confezionati e certificati biologici, se non per una parte assai modesta della produzione potenziale totale.

A quanto già detto, occorre aggiungere che la produzione agroalimentare siciliana viene immessa nei circuiti commerciali (ad eccezione per il vino) per la gran parte non lavorata e non confezionata per il consumo, e che l’offerta generalmente si presenta piuttosto polverizzata e dispersa.

Ed ancora, l’industria agroalimentare è debole ed a carattere eminentemente artigianale: e ciò potrebbe anche andar bene, se le imprese dei singoli comparti fossero organizzate per fare rete, almeno ai fini commerciali, specialmente quando trattano produzioni di qualità e di eccellenza. Assenti sono le moderne produzioni di IV e V gamma, nonostante la natura tipica di molte produzioni agroalimentari.

Se questa è la situazione della produzione agricola e del mercato alimentare al consumo dell'isola, non è possibile, da un punto di vista economico confrontare l'ammontare della spesa per consumi alimentari dei siciliani e il valore della produzione lorda vendibile dell'agricoltura regionale.

Inoltre, continuare a sostenere il biologico ha un valore solo assistenziale, dato che non contempla interventi sull'organizzazione produttiva per aumentarne il valore commerciale.

La Sicilia non esporta: difatti, in termini di prezzo alla produzione, il valore dei prodotti esportati (che ammonta ad oltre 800 milioni di euro) equivale ad una incidenza inferiore all'8% della Plv nonostante la produzione agricola abbia una notevole propensione alla valorizzazione commerciale ed alla destinazione ai mercati ricchi, come appunto dimostra, purtroppo, solo una parte del comparto vitivinicolo.

La Sicilia non opera sui mercati ricchi (con prodotti di qualità confezionati certificati), ma opera sui mercati affollati della concorrenza quasi perfetta con prodotti sfusi ed anonimi.

La valorizzazione commerciale e l'internazionalizzazione del mercato sono i due obiettivi (ed i due problemi) fondamentali dell'agroalimentare siciliano. Non vi sono limiti tecnico-strutturali significativi insuperabili, ma vi è una carenza notevole di natura immateriale, da cui strettamente dipendono le risoluzioni di gran parte dei problemi dello sviluppo economico del settore: la carenza (o la insufficienza) di cultura professionale nel privato (impresa), come nel pubblico (servizi, norme, burocrazia).

La carenza della cultura professionale (il capitale umano), non si risolve mai senza gli opportuni interventi di medio lungo termine: se è carente o non è adeguata il sistema economico si blocca e nel tempo regredisce (come appunto sta avvenendo in Sicilia).

Il "Born in Sicily" si può riempire di contenuti se c'è una adeguata e moderna cultura professionale (imprenditori, manager, specialisti, maestranze, funzionari pubblici, ecc.) che si incontra, colloquia e scambia business con operatori economici e consumatori colti e con capacità di spesa alta nei luoghi in cui si trovano (portandovi il prodotto) o facendoli venire in Sicilia con il turismo enogastronomico e storico-culturale.