



Domenica 2 aprile 2000

14

L'ECONOMIA

L'Unità

◆ Si è aperto Vinitaly, il tradizionale appuntamento veronese della produzione enologica

◆ Presenti tutte le regioni rappresentate da grandi e piccole aziende di vinificazione



L'INTERVENTO

«PER L'EUROPA L'AGRICOLTURA È UN CROCEVIA DECISIVO»

di MARIO CAMPLI*

Agenda 2000 è ancora valida? Il processo storico di costruzione dell'Ue vive un altro momento particolarmente importante e impegnativo per tutti. Tutte le componenti della società civile europea sono chiamate ad assumersi nuove responsabilità.

A livello istituzionale, la conferenza intergovernativa dovrà assumere decisioni difficili e necessarie se si vuole continuare nel percorso della integrazione politica ed economica dell'Unione.

A livello economico, permane una fase incerta e contraddittoria dell'economia europea dopo e nonostante la introduzione dell'euro.

A livello politico-sociale, mentre il profilo identitario dell'Ue manifesta preoccupanti differenziazioni, diviene più urgente la definizione di una base costituzionale dell'Unione.

Storia e politica sociale che operano nel settore e nei territori agricoli dell'Ue e le politiche instaurate nel corso degli anni (la Politica Agricola Comune, la politica regionale, lo sviluppo rurale) hanno svolto un ruolo fondamentale nella costruzione delle Comunità europee, prima e dell'Unione, dopo.

L'ultimo contributo a questa missione è stato quello di Agenda 2000 e, di conseguenza l'accordo di Berlino. Ora si profilano nuovi e impegnativi appuntamenti. Sono in corso due grandi negoziati internazionali che mettono alla prova la validità di Agenda 2000: il primo riguarda il negoziato con i singoli paesi candidati ad entrare nell'Unione; il secondo è il negoziato multilaterale sugli scambi commerciali.

Il presidente Romano Prodi ha inteso attribuire all'allargamento dell'Unione la priorità massima. In questo storico processo di allargamento gli agricoltori e le cooperative europee saranno coinvolti per molteplici motivi. Sono una vera riforma sociale che può avere un ruolo positivo e di coesione, considerando le relazioni già esistenti con gli agricoltori e con le cooperative dei paesi candidati e le altre relazioni che, nel percorso di adesione, si faranno più intense.

Ancora oggi le politiche agricole sia nei paesi candidati sia nell'Ue hanno un peso istituzionale notevole. Come già è avvenuto nel passato, il patto tra agricoltura e società civile avrà un ruolo politico importante sia per le forze sociali del settore sia per il più generale percorso di costruzione di una Unione europea «più larga e più vasta».

È indispensabile - direi ovvio - partire dal consolidato degli «accordi» fin qui sottoscritti. L'accordo di Berlino «Agenda 2000» e l'accordo interistituzionale (Consiglio-Commissione-Parlamento) per quanto attiene al bilancio fino al 2006, deve essere la base politica e giuridica per i negoziati che si intraprenderanno.

È così o non è così? O potrebbe «anche» non essere così?

Sta qui la questione «politica» di questo momento. I commissari, ogni giorno, affermano che l'accordo di Berlino resta valido, poi nei comportamenti pratici sembra che non si sentano vincolati a quel patto.

Vi è la decisione della Commissione di finanziare parzialmente la ricostruzione del Kosovo con stanziamenti della «attuale» (Agenda 2000) politica agricola comune.

Vi è l'orientamento del commissario, signora Schreyer, di destinare stanziamenti del bilancio agricolo non spesi nel corso dell'anno, ad altre finalità.

È il commissario all'Allargamento, Verheugen, mentre afferma che non sarebbe possibile riaprire «Agenda 2000», invita a riconsiderare il numero delle politiche comuni nella futura Unione allargata e si chiede esplicitamente: «Ci sarà ancora quella agricola? Forse no» (fine della citazione).

Siamo di fronte, dunque, ad un percorso strategico molto complesso. Non sono ammissibili chiusure preconcette e, nello stesso tempo, non sono utili strappi e fughe in avanti.

Il finanziamento delle «politiche esterne» che sempre di più impegneranno l'Unione europea, impone una vera riforma del bilancio (delle risorse proprie dell'Unione).

Se la Commissione e i governi ritengono che a questo appuntamento si debba necessariamente arrivare prima del 2006, si apra formalmente questo «negoziato interno».

Con trasparenza e responsabilità. Allora anche le forze sociali dell'agricoltura esprimeranno la loro specifica valutazione sulle mutate condizioni.

*Presidente Cogeca (Comitato Generale Agricola dell'Ue)

E-COMMERCE

E Unioncamere censisce presenza su Internet

Il primato spetta al Veneto, con oltre 1.965.000 ettolitri prodotti nel 1999, seguito dal Piemonte (oltre 1.837.000) e Toscana (oltre 1.353.000). Unioncamere ha presentato ieri a Vinitaly la prima banca dati dei vini italiani a denominazione di origine controllata contenente tutti i dati sulla produzione a livello nazionale, regionale e provinciale relativi agli ultimi tre anni.

COSIMO TORLO

VERONA In questi giorni, nei padiglioni del Vinitaly si vive una entusiastica eccitazione da parte di tutti i più diversi protagonisti: produttori, operatori, politici presenti in rappresentanza dei vari Enti locali. Ma all'osservatore attento non sfugge un altro fatto significativo, cioè la grande diversificazione di interessi.

Questo dato è una delle realtà che il mondo del vino deve affrontare, e molti lo stanno facendo con l'unico modo possibile, la crescita della qualità in bottiglia. Siamo entrati infatti in una fase «matura» del nostro prodotto vino di fronte alle sfide della globalizzazione, della concorrenza degli altri competitori sparsi nel mondo, che sono una realtà dell'oggi e non di un futuro lontano.

Ma pensando al nostro patrimonio viticolo, un altro dei problemi è la capacità produttiva delle singole

aziende. Le due aziende maggiori, Antinori e Zonin, fanno insieme 3000 ettari su un totale per il nostro paese di 800.000. È un'inezia, che ovviamente pesa e rende la competizione più difficile se si rapportano i numeri delle altre grandi aziende del mondo. Ma qualcosa se pur lentamente si muove, ed altre acquisizioni sono in vista, tra cui quella forse più importante della Duca di Salaparuta, fiore all'occhiello della enologia siciliana e contesa da diversi gruppi.

Sempre sull'isola è avvenuta quella della Rapitadà da parte del Gruppo Italiani Vini. Ma insieme alle acquisizioni ci sono aziende che pur avendo altri interessi economici hanno deciso di investire nel mondo del vino: la famiglia Bernetti, che nelle Marche con l'Umani Ronchi in soli pochi anni hanno messo in piedi un'azienda da 4 milioni di bottiglie e 25 miliardi di fatturato, in Umbria, il giovane Caprai ha riportato ai fasti di un tempo il Sagrantino. Ma anche le Coop non scherzano, vedi la La Vis di Lavis, che con una politica di estrema qualità è un po' la bandiera della buon prodotto della Coop.

Che sia oramai il mondo l'ambito in cui bisogna muoversi è l'iniziativa che si terrà il prossimo 28 maggio con la seconda edizione di WineDay 2000, una sorta di cantine aperte del mondo. Quel giorno, nei principali paesi vitivinicoli del pianeta, oltre 1000 cantine apriranno le porte agli appassionati.

Ma pensando al nostro patrimonio viticolo, un altro dei problemi è la capacità produttiva delle singole aziende. Le due aziende maggiori, Antinori e Zonin, fanno insieme 3000 ettari su un totale per il nostro paese di 800.000. È un'inezia, che ovviamente pesa e rende la competizione più difficile se si rapportano i numeri delle altre grandi aziende del mondo. Ma qualcosa se pur lentamente si muove, ed altre acquisizioni sono in vista, tra cui quella forse più importante della Duca di Salaparuta, fiore all'occhiello della enologia siciliana e contesa da diversi gruppi.

VENETO - LOMBARDIA (Lago di Garda) olio dolce, molto poco fruttato. ABRUZZO fruttato medio, equilibrato e deciso. LAZIO buon fruttato, erbaceo, armonico. CALABRIA dolce, maturo, sentore finale di mandorle. TOSCANA fruttato medio, intenso, armonico, erbaceo. SICILIA fruttato, sentore medio di pomodoro. SARDEGNA molto fruttato, piccante. PUGLIA amaro e piccante, fruttato intenso. EMILIA ROMAGNA (Brisighella) fruttato erbaceo, carciofo e mela. CAMPANIA fruttato pieno, erbaceo, armonico, leggero, piccante e fondo amaro.

PRIMO PIANO

«Vesuvio», l'olio sudafricano che imita gli extravergine della nostra penisola

DALL'INVIATO STEFANO POLACCHI

VERONA «Vesuvio» è sotto una tarantella napoletana stile '700; poco più in là un'altro etichetta, molto elegante: su fondo blu notte una scritta in argento: «Toscana». Il primo è un olio prodotto in Sud Africa, il secondo in Australia. Sì, c'è anche questo in questo Salone dell'olio d'oliva di Verona, grande pesserella per «l'altro 50%», per quella miriade di piccoli e medi produttori, consorzi, Gal, che producono il 50% dell'olio d'oliva commercializzato in Italia, visto che l'altro 50% lo fanno otto grandi aziende - come CarPELLI - che a Verona non ci sono.

qualitativamente soprattutto. La Calabria è presente in mostra, con un paio di buone aziende che iniziano a fare un olio di qualità. Ma la parte del leone la fanno, ovviamente, i siciliani: producono il 10% degli oltre sei milioni e mezzo di quintali prodotti in Italia e insieme alla Puglia con 2 milioni e mezzo sono una grande realtà. Ma la Sicilia ora punta decisamente sulla immagine e sulla qualità dei prodotti.

La prima cosa che salta all'occhio è la passione e la cura con cui tutti presentano i loro prodotti, una realtà che si traduce anche in un dato importante: se nel '96 sono partite le prime 5 Dop, ora le denominazioni d'origine protetta riconosciute sono 24 e diverse decine di consorzi hanno

iniziato l'iter per ottenere il riconoscimento tipico. Anche se - come abbiamo visto - la tipizzazione non difende, a differenza invece dei vini e degli champagne, l'origine del prodotto. Se infatti in Italia non hanno grande spazio gli oli stranieri, la situazione è ben diversa nell'ottica globale, con i grandi mercati americani, tedeschi e soprattutto giapponesi che si affacciano sul fronte dell'olio extravergine.

Ma cos'è l'olio? Cosa lo rende così particolare, tanto da provocare «sfide» e «lotte» tra produttori e tra territori differenti? Il sapore, nell'olio, rappresenta una parte infinitamente piccola del prodotto: l'olio è infatti per una percentuale che varia dal 65% all'85% circa acido oleico, e

questo acido non si sente, non è questo che dà l'elemento «acido» nell'assaggio. Il sapore, dunque, ossia l'«epifenolo», non lo 0,5%, eppure - dato per certo l'elemento chimico, ovvero l'acidità massima di 1 grado per l'extravergine - sono l'aspetto fondamentale nella scelta di un olio. «Ci sono modelli prescelti di come il consumatore vuole immaginare un olio - dice Tiziano De Leonardi, direttore del Consorzio di tutela della Dop Aprutino Pescarese, che ci guida in un tour tra i diversi oli italiani - Dall'Abbruzzo ci si aspetta un olio deciso, rustico e abbastanza aromatico, che sottolinei l'elemento di una natura aspra, ma non selvaggia. Questo vale per il prodotto, ma anche per la bottiglia, per la sua forma». Elemento

questo ripreso anche dal direttore dell'assessorato regionale all'agricoltura della Sicilia, che ieri ha presentato le due nuove Dop, quella dei Monti Iblei e quella della Valli Trapanesi: «l'immagine» dice Felice Crosta - è fondamentale». L'assessore Salvatore Cuffaro, presentando la prima dop per le olive da tavola (la Nocellara del Belice), ribadisce che ben due dei 4 Leoni d'oro per l'olio sono andati ad aziende siciliane.

L'olio, a Verona, non presenta però solo la qualità. Ne sanno qualcosa al Consorzio dei Chianti Classico, dove protagonista - dando ormai per scontata la qualità - è la tecnologia. E se l'E-commerce è una realtà, anche se ancora difficile soprattutto per le consegne, ora spunta il satellite.

SCHEDA DI ADESIONE. Desidero abbonarmi a l'Unità alle seguenti condizioni. Periodo: 12 mesi / 6 mesi. Numeri: 7 / 6 / 5 / 1 indicare il giorno. Nome, Cognome, Via, n° civico, Cap, Località, Prov. Titolo studio, Professione. Capofamiglia SI / NO Data di nascita. Desidero pagare attraverso il bollettino di conto corrente che mi spedirete all'indirizzo indicato. Desidero pagare attraverso la mia Carta di Credito: Carta Si / Diners Club / Mastercard / American Express / Visa / Eurocard Numero Carta. Firma Titolare, Scadenza. I dati personali che vi fornisco saranno da voi utilizzati per l'invio del giornale e delle iniziative editoriali ad esso collegate.

l'Unità. DIRETTORE RESPONSABILE GIUSEPPE CALABROLA. VICE DIRETTORE VICARIO PIETRO SPATARO. VICE DIRETTORE ROBERTO ROSCANI. CAPO REDAZIONE CENTRALE MADDALENA TULANTI. L'UNITÀ EDITRICE MULTIMEDIALE S.P.A. CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE PRESIDENTE Mario Lenzi. AMMINISTRATORE DELEGATO Italo Prario. CONSIGLIERI Giampaolo Angelucci, Francesco Riccio, Paolo Torresani, Carlo Trivelli. Direzione, Redazione, Amministrazione: 00187 Roma, Via dei Due Macelli 23/13. Tel. 06/699961, fax 06/6783555.

l'Unità. Servizio abbonamenti. Tariffe per l'Italia - Annuo: n. 7 L. 510.000 (Euro 263,4), n. 6 L. 460.000 (Euro 237,6), n. 5 L. 410.000 (Euro 211,7), n. 4 L. 360.000 (Euro 185,0), n. 3 L. 310.000 (Euro 158,3), n. 2 L. 260.000 (Euro 134,3), n. 1 L. 215.000 (Euro 111,3), n. 1 L. 45.000 (Euro 23,2). Tariffe per l'estero - Annuo: n. 7 L. 1.100.000 (Euro 568,1), Semestrale: n. 7 L. 600.000 (Euro 309,9).

ACCETTAZIONE NECROLOGIE. DALL'UNEDÌ AL VENERDÌ dalle ore 9 alle 17, telefonando al numero verde 800-865021 oppure inviando un fax al numero 06/69922588. IL SABATO E I FESTIVI dalle ore 15 alle 18. LADOMENICA dalle 17 alle 19 telefonando al numero verde 800-865020 oppure inviando un fax al numero 06/69996465. TARiffe: Necrologie (Annuncio, Trigesimo, Ringraziamento, Anniversario): L. 6.000 a parola. Adesioni: L. 10.000 a parola. Diritto prenotazione spazio: L. 10.000. I PAGAMENTI: Si possono effettuare tramite conto corrente postale (il bollettino sarà spedito al vostro indirizzo) oppure tramite le seguenti carte di credito: American Express, Diners Club, Carta Si, Mastercard, Visa, Eurocard.

