

MADE IN ITALY

ECCELLENZE VENETE

Il successo del radicchio è tutto internazionale

È un'invenzione italiana ed è riconosciuto come un'eccellenza del made in Italy a livello mondiale. Piace così tanto che il 20% della produzione (circa 270mila tonnellate annue) finisce sui mercati esteri, dov'è anche massicciamente "imitato", e l'export continua a crescere, tanto da essere raddoppiato nei primi nove mesi del 2021, toccando i 5 milioni di euro (fonte Fruitimprese Veneto). E così, probabilmente, lo conoscono più a Berlino che a Roma: è il paradosso del radicchio, la versione nobile della comune cicoria, quella che in Veneto è diventata la testimonial della produzione orticola regionale. Già perché nella "California del radicchio" si concentra oltre la metà dei circa 14mila ettari che si stima siano destinati a questa produzione in Italia (non esiste ancora un catasto ufficiale, nonostante la richiesta dell'interprofessione nazionale, ndr) e, soprattutto, il 100% delle cinque tipologie tutelate dalla Igp (precoce e tardivo di Treviso, Verona, Chioggia e variegato di Castelfranco). Comprensibile che anche i consumi siano fortemente radicati nel Nord-Est, dove si concentrano il 42% degli acquisti nazionali di radicchio, rivela un report di Cso Italy. «Qui se ne compra ben più della media nazionale, che è superiore a 4 kg annui per un parco acquirenti di 11 milioni di famiglie», spiega Daniela Granata, senior consultant di Gfk Italia.

Con poco più di 47mila tonnellate acquistate nel canale domestico, però, il radicchio rappresenta solo il 2% delle quantità di ortaggi comprate dagli italiani. «Fuori dal Nord, i consumi sono molto bassi e toccano il minimo al Sud, dove il tasso di penetrazione è del 30% contro il 75% del Nord-Est - conferma Cesare Bellò dell'organizzazione di produttori Opo Veneto -. Nel Centro-Sud più della metà delle famiglie non conosce le caratteristiche che rendono unici i radicchi veneti». Per questo è appena partita una campagna di promozione e comunicazione promossa dall'Organizzazione interprofessionale Ortofrutta Italia, con il patrocinio del ministero delle Politiche agricole. Di informazione c'è bisogno, a partire dai nomi con cui viene venduta questa orticola, il cui valore al consumo è stimato in oltre 750 milioni di euro: sono cinque quelli relativi ad altrettante tipologie di radicchio (come il tondo e il variegato) e quello più venduto in Italia, ossia il lungo, coltivato anche in Marche e Abruzzo, è spesso definito "Treviso" anche se chiamarlo così è frode commerciale perché allude all'Igp da cui è partito il fenomeno radicchio.

Infatti, è stato introducendo e perfezionando la tecnica dell'imbianchimento, selezionando i semi autoctoni in modo naturale e approfittando delle acque di risorgiva del Sile, che a fine Ottocento è

nato il radicchio tardivo di Treviso: l'unica cicoria che arriva fresca sul mercato dopo 15-20 giorni dalla raccolta e dopo un'accurata toelettatura che la alleggerisce del 70% del suo peso. Produzione delicata, che richiede una buona manualità e che ha molto scarto. Logico che i prezzi siano adeguati: il costo medio annuo alla produzione si aggira sui 6 euro al kg, il doppio (almeno) per il consumatore finale. «Il tardivo Igp arriva sul mercato in pieno inverno e questo è un valore in Europa, dalla Svizzera alla Gran Bretagna - afferma Denis Susanna, direttore del consorzio di tutela del Radicchio di Treviso Igp - mentre è un limite nell'altro emisfero, anche se ci sono aziende che lo vendono persino in Australia». Se il business del Treviso fresco si gioca tutto in otto mesi, copre tutto l'anno quello dei prodotti alimentari trasformati o che lo usano come ingrediente. «Un fenomeno in crescita, che è triplicato nel giro di pochi anni arrivando a oltre 200 etichette autorizzate per un ampio spettro di prodotti, dalla pasta ripiena alla birra, dalle salse al gin» aggiunge Susanna.

Quanto al mercato del fresco, secondo Gfk il radicchio ha perso il 6% delle vendite (dopo il +3% dei 12 mesi precedenti). Controcorrente è andato quello venduto confezionato a peso fisso, che vale poco più del 5% dei volumi totali: ha messo a segno una crescita annua del 16 per cento.

— **Manuela Soressi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Qualità Treviso. Tipologia tutelata da Igp

