

L'oro arancione di Ispica è la carota novella Igp

di Antonio Giordano

Tre giorni alla scoperta di Ispica e della carota novella Igp, ultimo fenomeno del comparto agroalimentare ragusano che, dopo il pomodorino di Pachino, riesce a piazzare un altro prodotto d'eccellenza sul mercato nazionale e internazionale. Il Consorzio di tutela della carota novella ha presentato la sua produzione 2014 alla stampa di settore nel corso di un educational centrato anche sulla conoscenza dell'identità culturale del territorio. Un percorso che ha toccato Modica, il Castello di Donnafugata, le Cave di Ispica e persino Punta Secca, lo scenario naturale delle avventure del Commissario Montalbano, la cui terrazza sul mare è diventato luogo cult della frazione ragusana. La parte principale l'hanno giocata le 13 aziende che costituiscono dal 2010 il Consorzio di tutela, grazie al quale, dopo il riconoscimento ministeriale dell'identità geografica protetta, è

stato possibile procedere alla fase di espansione della carota sui mercati. E le cifre premiano lo sforzo dei produttori: nell'ultimo anno il fatturato è stato raddoppiato così come la produ-



Un momento della lavorazione delle carote

zione che ha toccato i 700.000 chili. Un dato che ha fatto impennare anche l'occupazione: quasi 700 addetti impiegati nelle aziende, oltre 1.000 i lavoratori che, grazie all'indotto, concorrono al successo di un prodotto che

per l'80% viene destinato al mercato estero. «Si tratta di risultati importanti», sottolinea il presidente del Consorzio di tutela, Carmelo Calabrese, «che premiano lo sforzo compiuto in questi primi anni dalle aziende che hanno saputo crearsi uno spazio rilevante sul mercato e acquisire credibilità anche in contesti internazionali. Le qualità organolettiche della carota di Ispica, la loro azione benefica nel campo della prevenzione dei tumori, sono aspetti di rilievo sotto il profilo della salute. Ma a questo si aggiunge che la nostra carota ha una sua diversità nel gusto che la pone su un livello non comparabile ad altre produzioni. Ecco perché in così poco tempo siamo riusciti a convincere i consumatori magari poco abituati a selezionare un prodotto che è molto presente nelle mense degli italiani», (riproduzione riservata)

