

**Luigi Campanella**

## **60. Comunicare scienza**

### **Daniela Ducato ♦ Kyoto Club ♦ Olio di oliva: carenza ♦ Legge sul consumo di suolo**

<b>60.1</b>	<b>Daniela Ducato</b>
-------------	-----------------------

Daniela Ducato è l'imprenditrice che ha fondato Edizero, azienda che, con le sue "sorelle" nate successivamente (tutte autonome, ma legate una all'altra), produce biomateriali per l'edilizia e l'agricoltura: pannelli isolanti e fonoassorbenti, ecomalte, vernici, ma anche prodotti per risanare il suolo impoverito e disinquinare le acque del mare. Usa esclusivamente eccedenze e residui vegetali, animali e minerali altrimenti destinati a diventare rifiuti: lana di pecora a pelo corto, per esempio, che i produttori spesso buttano, ma è un ottimo isolante termico, e poi canapa, sughero e calce, sfalci e patate, bucce di pomodoro, vinacce di vino, scarti delle arnie, della lavorazione della birra e dell'olio d'oliva. In tutto centoventi prodotti industriali, rigorosamente senza una goccia di petrolio. La missione di Edizero, dunque, è ambiziosa. Vorrei però ribadire che il riciclo è importante, ma è solo un passaggio, una transizione, la risposta a un'emergenza: una sorta di pronto soccorso, non la cura definitiva. Dobbiamo andare oltre, mettere a punto materiali che non diventino scorie, perché non è giusto lasciare "debiti" a chi verrà dopo di noi.

<b>60.2</b>	<b>Kyoto Club</b>
-------------	-------------------

Gli esperti di Kyoto Club, l'associazione no profit che da vent'anni si occupa di informare, sensibilizzare e promuovere tutte le iniziative in merito a energie rinnovabili, gestione dei rifiuti e bioeconomia. pubblica ora anche storie di persone e imprese che promuovono la *green economy*, creando profitto e posti di lavoro rispettando l'ambiente. La prima storia di "eroi verdi" pubblicata su Twitter è quella di Daniela Ducato. L'imprenditrice sarda si è inventata molti progetti per sfruttare gli scarti di produzione di materiale rinnovabile come lana, sughero, vino, ortaggi e latte, rispettando le regole dell'economia, ma anche quelle della natura e del territorio. Dà lavoro a 60 persone con fatturato di 11 milioni di euro.

<b>60.3</b>	<b>Olio di oliva: carenza</b>
-------------	-------------------------------

Si rischia di non avere più scorte di olio extravergine italiano. È l'allarme lanciato da Coldiretti.

È l'effetto del crollo del 57% della produzione, scesa ai livelli minimi degli ultimi venticinque anni, 185 milioni di chili. A dimezzare il raccolto nazionale di olio di oliva sono state diverse le cause: i cambiamenti climatici, il propagarsi della Xylella e la concorrenza sleale provocata dalle importazioni

*low cost* spacciate per italiane. Soltanto nell'ultimo anno, si sono persi 100mila posti di lavoro nella filiera dell'olio extravergine di oliva per un danno al settore che ha raggiunto 1,2 miliardi di euro.

Le perdite maggiori si sono verificate nelle regioni del Mezzogiorno: la Puglia, che da sola rappresenta circa la metà della produzione nazionale, colpita da una flessione di circa il 65%, a causa delle gelate. Di fronte alla diminuzione delle quantità di prodotto disponibile, i prezzi sono aumentati: hanno raggiunto alla produzione a gennaio i 5,65 euro al Kg (+31% rispetto allo stesso mese dello scorso anno), con valori all'origine superiori ai sette euro al chilo in Sicilia e sui sei euro nel barese.

Per la prima volta nella storia – sottolinea la Coldiretti – la produzione nazionale potrebbe essere sorpassata da quella della Grecia e del Marocco, mentre si avvicina molto la Turchia, e la Spagna si allontana sempre di più con ben 1,6 miliardi di chili e raggiunge un quantitativo quasi nove volte superiore.

Il consiglio ai consumatori è di scegliere *Made in Italy*, di diffidare dei prezzi troppo bassi, guardare con più attenzione le etichette e acquistare extravergini a denominazione di origine Dop, quelli in cui è esplicitamente indicato che sono stati ottenuti al cento per cento da olive italiane o di acquistare direttamente dai produttori.

<b>60.4</b>	<b>Legge sul consumo di suolo</b>
-------------	-----------------------------------

Una buona legge sul consumo di suolo è necessaria per fare i conti con serietà e responsabilità con il dissesto idrogeologico e l'alto rischio sismico che caratterizzano buona parte di questo Paese. Dobbiamo anche rendere più equa la filiera alimentare ed è per questo che rilanciamo con forza due strumenti che vorremmo fossero supportati anche dalle norme di questo Stato.

I prodotti Dop e Igp hanno assunto un ruolo nuovo all'interno dei territori italiani diventando il baricentro di una crescita che non è solo economica.

Attraverso le analisi del Big Data, Mauro Rosati, il direttore generale della Fondazione Qualivita sintetizza così i risultati della prima ricerca sperimentale che associa i dati economici e sociali del comparto con le conversazioni digitali sul web e offre il primo report delle informazioni digitali sul *food made in Italy*.

Dall'analisi della “nuvola” emergono significative ricadute sulla crescita culturale, turistica e sociale del Paese. Ad oggi infatti sugli 882 prodotti Food e Wine IG sono 501 quelli con un sito ufficiale (nel 2016 erano 412, per una crescita del +22%), mentre 420 hanno almeno un profilo social (contro i 268 del 2016, per un +60%). Quel che conta è “il lavoro in rete che stanno facendo consorzi e singoli produttori che permettono di fare una promozione di sistema del cibo made in Italy”. I prodotti Dop più menzionati sono stati Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Grana Padano, Prosecco, Chianti e Barolo.

“Non si parla solo più di tradizione” ma anche di “arti, architettura, storia e ambiente ma anche di saper fare e della conoscenza generale di una comunità”. Non è un caso, allora, che le aziende Ig siano in prima linea “con azioni che spaziano dalle ricerche scientifiche che migliorano l'impatto dei metodi di produzione agli studi per l'educazione alimentare e la salute dell'uomo, passando per il sostegno alle più significative attività ricreative delle comunità territoriali”.