

Da commercianti a produttori di limoncello. Dalla Sicilia Casa Limonio mette in bottiglia l'anima del Femminello

14 Dicembre 2024



PARTINICO – Famosa per i suoi agrumi, la Conca d'Oro di Sicilia ospita Casa Limonio, storica realtà che ha messo l'anima del limone Femminello in bottiglia. L'azienda è il frutto del percorso compiuto da commercianti di agrumi che hanno saputo trasformarsi in produttori di limoncello grazie a un'antica ricetta di famiglia. **Rita Russo** insieme ai suoi fratelli **Valeria**, **Enzo** e **Giusy**, racconta del perché il Femminello non è solo un frutto, ma un'opportunità per rendere protagonista a tavola il territorio.

“Siamo nati come imprenditori nel settore della commercializzazione dei limoni – racconta Rita a *Virtù Quotidiane* – . Mio nonno e poi mio papà vendevano limoni freschi all'estero con grande successo, soprattutto in paesi freddi come Russia e Penisola Scandinava. Era possibile assicurare viaggi lunghi e l'integrità del prodotto grazie alle qualità che i nostri agrumi

siciliani hanno, una grande quantità di oli essenziali all'interno del frutto. Abbiamo continuato a commercializzare i nostri agrumi fino alla caduta del Muro di Berlino, poi mio fratello Enzo decise di voler dare una svolta alla nostra attività".

Rita ricorda questo momento come un vero e proprio cambio di passo che ha visto l'intraprendenza complice di ciò che poi avverrà: "A farci pensare è stata una ricetta antica di famiglia e l'intraprendenza di mia sorella Giusy. Così nel 1992 iniziammo la prima produzione di limoncello come Casa Limonio. Siamo stati i primi a imbottigliare il in zona e a lavorare secondo una certa etica e tradizione".

Il femminello, più che una varietà di limone secondo i fratelli Russo, è un omaggio che questi alberi fanno a una storia lunga di 120 anni circa.

"Non è scontato che un limone riesca a trovare il giusto habitat per prosperare, ma quando accade resiste oltre 100 anni, proprio come i nostri. Il femminello di zagara bianca, varietà antica che produce qualità produce con una bassa resa, è in grado di resistere anche al famoso virus della tristezza, o meglio l'attacco fungino che provoca la malattia del limone mal secco".

Da questa varietà si producono almeno 80mila bottiglie di limoncello all'anno, ma tutto avviene in maniera estremamente artigianale e a filiera cortissima.

"Il processo di produzione si svolge in azienda. Il limone raccolto è il primo fiore, ancora verde e carico di oli essenziali. La materia viene preparata a mano e c'è l'utilizzo di pochissimi macchinari. Il tutto avviene evitando lo spreco di risorse e con il riciclo dove possibile: Sfruttiamo le sorgenti di acqua che arrivano nel nostro territorio, abbiamo un impianto che produce energia fotovoltaica, in accordo con i dettami del bio e del green ad ogni costo".

I liquori oggi, diventano sempre più di appartenenza, espressioni territoriali di una storia. Su questo Rita e i suoi fratelli ci credono fortemente. "Basta aprire la bottiglia per rendersi conto di quanto questo prodotto abbia una sua personalità che deriva proprio da ogni passaggio della filiera. In bottiglia ci finiscono solo quattro ingredienti e c'è così tanto spazio in etichetta tanto da poterli tradurre in lingue diverse. La nostra forza è l'appartenenza alla Conca d'Oro, alla famiglia e alla ricetta tradizionale che rende il prodotto più che personale, direi unico".

Anche questo è un mezzo per fare marketing territoriale ed essere di supporto alla promozione di un certo luogo, però essere vincente presuppone una conoscenza approfondita del prodotto.

“Con gli agrumi abbiamo sempre lavorato e tramandiamo le conoscenze utili per preservare ogni qualità del prodotto. Vogliamo che si rispettino degli orari precisi per la raccolta, in modo da conservare l'integrità del frutto, usiamo strumenti anche antichi per la raccolta, procediamo con l'estrazione degli oli essenziali quando necessario. Tutto serve ad assicurare la perfezione in bottiglia, portando ovunque un prodotto che profumi e sia simbolo di questa terra. Questo è il segreto per fare buon marketing territoriale secondo noi, cioè raccontare con naturalezza ciò che c'è dietro ogni nostro prodotto. In più il messaggio che vogliamo mandare è molto semplice – conclude Rita – ritornare ai gusti autentici e acquisire più cultura del limone. Questo è il segreto per innamorarsi, ancora una volta, di un liquore così tradizionale come il limoncello”.

LE FOTO



