

## Io mangio irpino

**Articolo di Paolo Saggese** (da “Fuori dalla Rete” – Giugno 2014, Anno VIII, n.3)

### Ovvero una risposta alla crisi.



Prendendo spunto dalla recente, importante iniziativa del Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali Maurizio Martina, dal titolo “iomangioitaliano”, promossa in occasione dell’ultima amichevole della nazionale di calcio italiana, si potrebbe mutuare uno slogan, che diventi iniziativa concreta, dal titolo “iomangioirpino”.

Infatti, perché non immaginare una proposta a sostegno della nostra agricoltura di qualità, dei nostri marchi DOP e IGP, ma anche DOC e DOCG, dal titolo “iomangioirpino” e “iobevoirpino”, che coinvolga tutti gli operatori del settore agroalimentare ed enologico, dalle aziende agricole ai ristoratori, dai grossisti e distributori ai rivenditori al dettaglio, dagli agriturismi alle organizzazioni di categoria, ai GAL, alle aziende turistiche, alle associazioni culturali e alle pro loco e quindi alle amministrazioni comunali.

L’iniziativa dovrebbe riguardare i prodotti di eccellenza, dal tartufo alla castagna, dal vino all’olio, dagli insaccati ai formaggi e ai derivati del latte, alla pasta, senza escludere quelli della tradizione contadina e artigiana, che sono meno blasonati, ma non meno preziosi: si pensi, ad esempio, al miele, ai biscotti e ai dolci, al pane.

Una volta coinvolti i produttori, dovrebbero essere coinvolti i distributori e i commercianti, che dovrebbero esporre nei propri locali i marchi “iomangioirpino”, “iobevoirpino”, e impegnarsi a promuovere e a vendere esclusivamente o prevalentemente prodotti coltivati e lavorati in Irpinia. Queste attività commerciali aderenti al progetto dovrebbero, a loro volta, essere sostenute dalle amministrazioni comunali, con attività di tipo promozionale, con eventuali sgravi fiscali, o anche semplicemente indirizzando visitatori, turisti, emigranti in visita nei paesi d’origine, a ritrovare i sapori e i prodotti di un tempo in quei determinati negozi o ristoranti inseriti nel “sistema Irpinia”.

Ovviamente, anche per incentivare le famiglie ad acquistare prodotti irpini, questi ultimi dovranno essere venduti a prezzi inferiori che in altre parti d’Italia, per evidenti ragioni di risparmio derivato dalla riduzione ad esempio delle spese di trasporto o spedizione.

In tal modo, non solo le famiglie avrebbero benefici in un periodo di grande difficoltà economica, ma anche le attività commerciali otterrebbero analoghi benefici, perché potrebbero aumentare i loro clienti. D’altra parte, anche le aziende agricole troverebbero il loro utile, perché potrebbero incrementare la loro produzione. Un maggior numero di giovani potrebbero, così, impegnarsi nel settore agricolo e investire in settori un tempo abbandonati e adesso divenuti nuovamente appetibili, a causa della crisi del posto fisso e per effetto dell’aumento della disoccupazione.

Si tratta, evidentemente, di un progetto molto complesso, che dovrebbe prevedere il coinvolgimento ai massimi livelli di vari operatori pubblici e privati, a partire dall'Assessorato regionale all'agricoltura. Si dovrebbe, d'altra parte, superare anche il settorialismo e convincersi che la promozione di un territorio, di un "marchio Irpinia", deve avere caratteristiche generali, capaci di accogliere il meglio della produzione locale: voglio dire che non si può solo promuovere il vino, ma si dovrebbe promuovere questo prodotto insieme a tutti gli altri.

Si dovrebbe, inoltre, fare in modo che tutte le aziende coinvolte si attengano ad un preciso disciplinario (non si può, ad esempio, spacciare per irpino ciò che irpino non è) e che garantiscano un livello standard alto per i prodotti forniti.

La sfida è complessa, ma i tempi sono maturi e ce lo richiedono: favorire l'agricoltura di qualità, sostenere il piccolo e medio commercio, la ristorazione, gli agriturismi, significa anche promuovere il turismo, invogliare le persone a venire in un luogo che è garanzia di accoglienza e di qualità.

Noi, pertanto, lanciamo il sasso nello stagno, speriamo che le onde prodotte, piccole o grandi, mettano in moto le energie di chi ha le competenze e i talenti per farle fruttare.

Anzi, spero che le Associazioni, gli operatori culturali, i ristoratori e gli amministratori di Bagnoli Irpino possano prendere spunto da queste riflessioni per una progettualità che diventi garanzia di futuro.