

Le filiere della qualità protagoniste a Montefalco

La presidente Lorenzetti: approccio convincente

Racconti di norcineria, di olio e di vino, "sei storie per tre filiere", storie individuali di successo e di passione, e, con esse, un messaggio preciso: è dalle "periferie", dal cuore dei territori che ormai sempre più spesso nasce l'innovazione, che dei territori mantiene la cultura e la diversità, e prefigura concretamente, attraverso un moderno ed efficiente concetto di "filiera", un nuovo modo di produrre e di stare sul mercato, per vincere le sfide della crisi e dei mercati globali.

Il messaggio, chiaro e forte, è emerso a Montefalco dai lavori del seminario "Le filiere della qualità - Territori, percorsi e storie di successo", promosso da "Strada del Sagrantino", Confagricoltura, "Slow Food Condotta di Montefalco", Confindustria di Perugia, e ospitato presso la sala convegni della cantina "Arnaldo Caprai". Moderato da Max Bergami, direttore dell'"Alma Graduate School" di Bologna e articolato come un confronto fra le esperienze dell'Umbria e dell'Emilia Romagna su tre "filiere agricole di qualità" (l'olio extravergine di oliva, norcineria e razze antiche, vino), il seminario ha esemplificato, sulla scorta delle storie di alcuni importanti protagonisti delle due regioni, quanto le eccellenze agroalimentari dei territori, sperimentando concretamente nuove strade e soluzioni operative, abbiano da dire in termini d'innovazione e di sviluppo complessivo del comparto. Il seminario avrà - come è stato definito scherzosamente - un "girone di ritorno" in Emilia Romagna, che restituirà all'Umbria l'ospitalità, accogliendo prossimamente la seconda sessione del seminario nel castello dell'antica corte Pallavicina, sulla riva del Po, dove farà gli onori di casa, oltre al presidente della Regione Emilia Romagna, Vasco Errani (domenica assente per motivi istituzionali), il presidente del consorzio "Culatello di Zibello", Massimo Spigaroli, che a Montefalco è stato fra i principali relatori.

"È un approccio che ci convince - ha dichiarato la presidente della Regione Umbria, Maria Rita Lorenzetti, aprendo i lavori del seminario, e ricordandone le affinità con "Symbola", la Fondazione per le qualità italiane e "La Campionaria/Fiera delle qualità italiane" di Milano -, perché mostra, attraverso storie significative e grandi professionalità, l'offerta del

territorio per aumentare il valore aggiunto e declinare in tanti modi la parola 'qualità'. Queste esperienze sono un modello per il molto lavoro che c'è ancora da fare - ha detto Maria Rita Lorenzetti - per la creazione di strumenti in grado di offrire opportunità e favorire iniziative integrate per 'fare sistema', e costruire una vera filiera che metta insieme i prodotti tipici agroalimentari con l'ambiente, il paesaggio, la cultura, l'artigianato e il turismo".

"Oggi, in una fase decisiva per la crescita del 'made in Italy' - ha aggiunto la presidente della Regione Umbria - i nostri sforzi per creare reti fra imprese, territori, istituzioni, mettendo insieme strumenti pubblici e privati, sono indispensabili per la competitività: non c'è necessità di creare organismi 'ad hoc', quanto di selezionare 'leaderships' imprenditoriali e di territorio che facciano crescere tutto il sistema. È il modo migliore - ha concluso - per utilizzare risorse sempre minori, verso traguardi importanti". In un momento in cui le imprese faticano a cogliere tutte le opportunità che si presentano, a causa delle difficoltà legate a "polverizzazione, intermediazione, managerialità insufficiente e scarsa strumentazione per competere con efficacia - ha detto Max Bergami, coordinatore dei lavori del seminario -, i segmenti alti dell'enogastronomia e della cucina sono in grado oggi di catalizzare una grande attenzione. Innovando nella tradizione, l'obiettivo è quello di sviluppare 'brand' di fascia alta e di fascia intermedia, capaci di emulare e ripetere quanto è successo negli anni scorsi con il design e la moda". Le "sei storie per tre filiere" sono state raccontate dai protagonisti delle due regioni: per la filiera della norcineria e razze antiche, Massimo Spigaroli, presidente del consorzio del culatello di Zibello ("un prodotto che ha risollevato il territorio") e Salvatore

Denaro, oste in Foligno ("Bisogna combattere contro una civiltà alimentare che va verso l'inodore e l'insipore"); per la filiera dell'olio, Franco Spada, presidente del consorzio olio dop "Brisighella" ("La qualità paga, in termini di tracciabilità e serietà di filiera") e Luigi Tega, presidente dell'associazione Frantoi di Foligno; per la filiera del vino, Sandro Cavicchioli, presidente delle can-

tine omonime, ha parlato del lambrusco, "vino della grande tradizione autoctona italiana".

Del concetto di "filiera" si è occupato Gianni Lorenzoni dell'Università di Bologna, del rapporto fra grande distribuzione e prodotti di nicchia Sergio Soavi, responsabile nazionale "prodotti tipici" di Coop Italia. Alberto Piantoni (amministratore delegato della "Richard Ginori") ha sottolineato come "la filiera sia un modello organizzativo, in cui i 'piccoli' sono fondamentali". Alberto Minoli, amministratore delegato di "Bologna Fiere", ha detto che "i consumatori devono essere coinvolti nel processo di sviluppo del prodotto", e gli spazi fieristici, come Bologna Fiere, devono essere considerati quale "parte del territorio e vetrina del nuovo 'know how' territoriale".

