

L'analisi

Pillole cartesiane sulle filiere della qualità

Marco Caprai *

Diceva Cartesio, per spiegare la sua riluttanza e avversione a partecipare a convegni, ovvero a raduni di più persone dotte in cui di regola insorgevano dispute e polemiche, che detti convegni erano inutili, perché non gli offrivano alcuna obiezione ch'egli non avesse già considerato e valutato in cuor suo, nel silenzio del suo studio; e ne traeva la conclusione che tali dispute non avevano per scopo la ricerca della verità, ma solo quello di prevalere e di vincere l'altro, per cui era meglio, alla fine, astenersi dal contendere e restarsene a casa. Ho fatto in questi giorni l'esperimento (anche facendo forza alla mia natura e all'abitudine) di seguire, un po' per scherzo e un po' sul serio, il consiglio del filosofo, lasciando volentieri ad altri il fermento della polemica (compresa qualche sua caduta di tono e di stile), e mettere a punto due o tre concetti sui temi che sono al centro di sì veemente discussione.

Direi il falso se negassi che a questa mia positiva disposizione d'animo abbiano contribuito il clima e i contenuti del dibattito (svoltosi domenica 11 a Montefalco, e per il quale rimando alla rassegna stampa) sulle "Filiere della Qualità" nell'agroalimentare: un dibattito seminariale serio e vero fra protagonisti ed esperti di due regioni, l'Umbria e l'Emilia Romagna, su concrete esperienze produttive, di promozione d'immagine e di mercato, e su prospettive altrettanto concrete.

Un seminario che prosegue a Montefalco, per altre tre settimane, ogni lunedì con i "Portrait d'Impresa", mettendo a fuoco ogni volta produzioni tipiche ed esperienze esemplari di altre regioni (e questo, potrei dire, considerino quelli che parlano di "confronti provincializzanti", ma non lo dico, così come, avendo promesso a me stesso di non partecipare ad alcuna polemica astratta, faccio a meno di sottolineare l'assenza di questi signori dal concretissimo seminario di Montefalco).

Sprovincializzanti. Ma poiché se ne parla tanto, e pare una paroletta magica, uno stigma capace d'infliggere il colpo definitivo, che vuol dire "sprovincializzare"? Perdere la mentalità tipica della provincia, dice il dizionario, liberarsi da an-

gustie provinciali di abitudini e di mentalità. Uscire dunque dalla provincia, dal paese, dal contado, inteso come isolamento, grettezza e ignoranza di come si sta al mondo. La provincia, l'essere ai margini, alla periferia, presuppone che ci sia un centro, cui la provincia si oppone. Ma è proprio qui il punto. Nella modernità, nella iper o postmodernità, come la volete chiamare, questo rapporto è cambiato. Non c'è più un centro dominante sulle periferie. Al contrario, grazie alla universalità delle idee e delle tecnologie combinate con la specificità territoriale, i territori sono protagonisti, protagonisti fondanti, costruttori di progetti il cui significato va oltre i loro confini il che dissolve il concetto stesso di periferia. Nasce da qui il "glocal", trascrizione postmoderna del vecchio detto di Balzac, che se vuoi essere universale parla del tuo paese.

Questo motto andrebbe ricordato a tutti quanti pensano che, per "sprovincializzare" ed uscire dai confini, basti rivolgersi ad arbitrio a soggetti esterni investiti secondo le mode (che siano "sponsor", "testimonial", art director o fotografi di grido, per restare nell'attualità) di un qualche nome e prestigio. "Umbria Jazz" è stata la geniale invenzione di un gruppo di amatori, sostenuti nel loro progetto per circostanze fortuite da un'amministrazione innovatrice.

Il jazz non è umbro, né veniva suonato dai contadini, ma "Umbria Jazz" ha potuto porsi come vessillo dell'Umbria grazie alle piazze in cui veniva suonata, all'associazione di strumenti e musicisti con torri, borghi medievali e campanili.

Se c'è specificità umbra della manifestazione, e la sua possibilità di agire, oltre se stessa, da potente vettore promozionale, è questa e solo questa, perché di eventi jazz se ne organizzano tanti, in diverse regioni (basta pagare), e il jazz di per sé non è un valore locale. Ma se, invece di rafforzare questa specificità e legame con il territorio, sopra "Umbria Jazz" appiccico, poniamo il caso, il "prosecco" veneto, che resta di questa primitiva unità fondante, l'unica che può fare valore aggiunto nella competizione dei mercati globali? Deduzione: gli "sprovincializzatori", anzi gli "sprovincializzanti", sono i veri "provinciali", che, contrariamente a quanto affermano, non capiscono il nuovo ruolo, la forza dei nuovi territori.

Valore aggiunto. Ormai è vulgata comune che nell'olio, nel vino, nei prodotti tipici si evocano e si gustano i territori e che l'Umbria agricola agrituristica e turistica è uno stile di vita eccetera eccetera.

Va da sé che questo stile di vita umbro (da cui parrebbe che l'umbro, sfuggendo al caos della modernità, trascorra l'esistenza tra campagne, ville e castelli, rifocillandosi solo con prodotti agresti di nicchia e bevendo esclusivo vino di qualità) è un modello assai lontano dalla quotidianità di ciascuno. Alzi la mano chi, nella società globalizzata, può davvero, in Umbria, vivere come suggerisce la propaganda agrituristica ed agroalimentare. Lo stesso dicasi per quei nuovi umanesimi, che dovrebbero realizzarsi in Umbria, ideali di vita alla Marsilio Ficino o Pico della Mirandola.

Entrambi i modelli vanno presi per quello che sono, espedienti retorici, validi ed efficaci dal punto di vista della comunicazione commerciale.

Ma i territori parlano ormai una loro lingua (quella che si ascolta alla Fiera campionaria delle qualità, a Bevagna per i seminari di **Symbola**, quella ascoltata a Montefalco nel seminario del 11 gennaio), che è fatta di concretezze, di specificità, di "know how", che per via naturale, senza ricorsi a modelli retorici in senso buono, recuperano e mettono insieme tradizione e modernità, la storia con la ricerca e lo sviluppo. Queste esperienze, supportate da adeguate e coordinate politiche di sostegno, in termini di strumenti finanziari, servizi e promozione, sono in grado di promuovere un territorio e la sua rete di eccellenze ad una dimensione elevata.

Mi piace pensare a queste entità, a ciascuna di queste realtà produttivo-ideative come alla bottega dei nostri maestri pittori, dove si studiava, si faceva, si produceva, dove il Perugino stava attento ai denari nel conto in cui pagava pane e agnello e questo non gli impediva di dipingere capolavori.

È una metafora, anche la mia, ma una metafora concreta: nel senso che da questa filiera di "botteghe" nascono idee e modelli nuovi, concreti, di produrre e di vivere, locali ma globali, perché esportabili e vendibili.

Filiera corta. Una "filiera corta" connessa, coesa, che funzioni, filiere corte

che facciano sistema, integrazioni territoriali e così via. Qui sono d'accordo tutti, i concetti e le voci si uniscono, degli "sprovincializzanti" e no. Alle dichiarazioni di principio, però, dovrebbero cor-

rispondere comportamenti ed azioni conseguenti, nel segno della concretezza e non della confusione accompagnata dalla fumisteria polemica. La complessità è una cosa, la confusione un'altra, e, si

ricordi, la confusione al contrario di quanto si afferma non è mai virtuosa. Meglio poche idee, ma chiare e distinte. Parola di Cartesio.

*** Presidente
di Confagricoltura Perugia**

