

UN MARCHIO E UN BIODISTRETTO PER IL TERRITORIO

I Nebrodi provano lo sviluppo glocal

DI ANTONIO GIORDANO

Un Biodistretto capace di valorizzare le peculiarità del territorio e un marchio, «NebrodiSicily», capace di veicolare tutti i contenuti e le produzioni della catena montuosa in provincia di Messina. Sono i due progetti che sono stati lanciati nel corso dell'ultima edizione del Festival del giornalismo enogastronomico di Galati Mamertino, sui Nebrodi in provincia di Messina. Un incontro di tre giorni dal tema «Il futuro è local». Aggregazione e progettualità concreta: sono stati i due concetti ripetuti ma declinati in maniera diversa nel corso della manifestazione. Su questi temi si sono confrontati giornalisti, imprenditori, politici nel corso delle sei tavole rotonde previste dalla manifestazione, organizzata dall'Associazione Network in collaborazione con Comune di Galati Mamertino, Unioncamere Sicilia, Credito siciliano e l'azienda locale De Gusto. Uno sviluppo che deve guardare i mercati globali, valorizzando ciò che il territorio produce. Un modello glocal sulla scia del quale è stata firmata la convenzione tra il Gal e l'associazione nazionale Città del Bio per la creazione del Biodistretto dei Nebrodi, un'iniziativa che «non riguarda soltanto l'agricoltura biologica», ha spiegato Francesco Calanna alla guida del Gal dei Nebrodi, «i Nebrodi sono il più grande contenitore naturalistico e di biodiversità della Sicilia. Qui si può creare un Biodistretto che non è legato soltanto all'alimentazione ma è anche uno stile di vita sano». Nel corso del Festival è stata annunciata anche la nascita del marchio «NebrodiSicily» che «permetterà», ha spiegato il presidente di Slow Food Sicilia, Saro Gugliotta, e presidente delle Strade dei sapori, progetto nell'ambito del quale è stato creato il marchio,

«di identificare alcuni prodotti di «qualità quotidiana», cioè facilmente fruibili e consumabili tutti giorni e che avranno la caratteristica comune di essere sostenibili e territoriali. Inoltre, chi vorrà aderire dovrà firmare un protocollo di legalità». Tra gli intervenuti Michela Giuffrida, europarlamentare del Pd, che ha proprio ribadito con forza che «l'aggregazione è l'arma che può rendere le imprese siciliane invincibili nella Gdo». A stare insieme devono essere le imprese che «devono allearsi tra loro e non a vedere l'altro come un nemico», ha sottolineato Santa Vaccaro, segretario generale di Unioncamere Sicilia, che ha acceso i riflettori sul fatto che siano ancora troppo poche le aziende siciliane che hanno stipulato contratti di rete, solo 386. «I Nebrodi», ha rilevato l'imprenditore del settore oleario Manfredi Barbera, «sono posti bellissimi ma in tutti questi anni è mancata la progettualità o quando è stata realizzata è stata monca. L'impresa deve essere aiutata perché è il motore dell'economia ma anche della crescita culturale di una comunità». E forse qui risiede uno dei problemi di quest'area ma anche di tutta la Sicilia: carenza di programmi di lungo respiro, errato utilizzo dei fondi Ue. «In Trentino Alto Adige», ha tuonato il docente di Scienze Agrarie e Forestali all'Università di Palermo Paolo Inglese, «hanno imprese piccole come le nostre, hanno avuto fondi europei come i nostri eppure negli ultimi anni sono esplose realtà come Marlene e Melinda. Perché? Forse perché hanno usato i fondi meglio di noi? Noi possiamo fare tutti i marchi che vogliamo ma non c'è marchio che funzioni senza imprese. Qui si sta nell'attesa perenne dei bandi per poi realizzare progetti di filiera corta che si riducono nel vendere a noi stessi. Se è questo il modello abbiamo sbagliato». (riproduzione riservata)



Peso: 27%