

Redazione e  
amministrazione:  
Scesa Porta Laino, n. 33  
87026 Mormanno (CS)  
Tel. 0981 81819  
Fax 0981 85700  
redazione@faronotizie.it

Testata giornalistica  
registrata al Tribunale di  
Castrovillari n° 02/06  
Registro Stampa  
(n. 188/06 RVG) del 24  
marzo 2006

Direttore responsabile  
Giorgio Rinaldi

## NIENTE DI RIVOLUZIONARIO

di Nicola Perrelli



Come si dice: la lingua batte dove il dente duole. E dalle nostre parti il dente che duole è quello del mancato sviluppo. Dei ritornelli: “la Calabria dispone di grosse potenzialità non sfruttate”, “sullo sviluppo o sul mancato sviluppo del Mezzogiorno si gioca il futuro dell'economia italiana”, “il ritardo della

Calabria può essere colmato se...”, “dobbiamo guardare alla Calabria non come una palla al piede, ma...” e via dicendo, noi indigeni ne abbiamo... le orecchie piene.

E' dai tempi della Cassa per il Mezzogiorno - correva l'anno 1950 - che purtroppo li sentiamo. E allora, visti i modestissimi risultati conseguiti, la domanda sorge spontanea, certamente provocatoria: non sarebbe stato più facile e opportuno per la nostra classe dirigente ripartire il mare di soldi destinati alla Calabria direttamente tra i calabresi? Di sicuro la ricchezza pro-capite avrebbe raggiunto livelli molto alti e forse oggi esisterebbe anche il “Principato di Calabria”, non solo quello di Monaco. Ma così non è stato. Redditi e consumi dipendono tuttora dalle risorse distribuite dai rubinetti della spesa pubblica e poco da quelle prodotte dall'economia locale. E siamo sempre tra le aree più depresse dell'Unione europea.

Vogliamo quindi ancora vivere di sussidi o è meglio rimboccarsi le maniche e reagire? Cambiando i presupposti, anche dalla nostre parti, è possibile attivare lo sviluppo. Crescere è nell'ordine delle cose, eccezionale è l'inverso. Cominciamo con il chiedere al Governo e a Bruxelles non più solo provvidenze e assistenza, che abbiamo visto non assicurano né sviluppo, né autodeterminazione, semmai sono stati e tuttora sono un cappio al collo, ma di fare scelte che sviluppino la nostra autostima. La sola condizione esistenziale che può aiutarci a venire fuori dal sottosviluppo. Che può consentirci di superare la naturale paura ad intraprendere, a rischiare, ad avere audacia e fiducia nello stesso tempo. Chiediamo poi alla Regione di spendere meglio le proprie risorse: accorpando i servizi, snellendo la burocrazia, destinando alla scuola e all'università le assurde cifre sperperate per infecondi corsi di “formazione professionale”, azzerando gli enti e i tanti carrozzoni inutili. Infine cerchiamo di scoprire quali sono le nostre specifiche possibilità e vocazioni, tanto produttive quanto ambientali, per capire quali



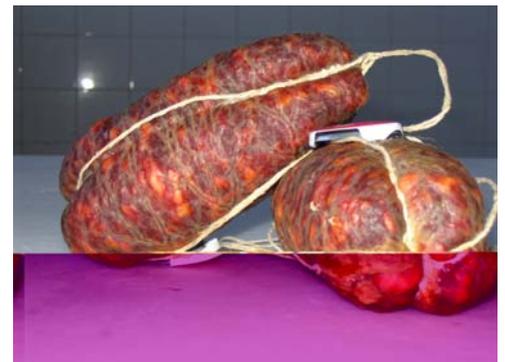
sono le risorse da sfruttare sia in termini economici che di identità. Dobbiamo insomma darci da fare per assecondare un processo di sviluppo autopropulsivo, ovviamente sostenuto dalla mano pubblica ma non da questa governato e diretto.



Ancora vacue parole e solo buoni propositi? Non direi, essere ottimisti non vuol dire essere visionari, si può ancora fare per tentare di crescere. I pochi progressi fatti finora, di quelli che danno valore aggiunto, sono avvenuti soprattutto grazie all'espansione di iniziative imprenditoriali private. E altre opportunità non mancano. Gli spazi ci sono: l'enogastronomia è uno di questi. Il Sud in questo campo dispone di potenzialità non sfruttate, questa volta reali, decisamente superiori al Nord. Il fatto che lo sviluppo a due velocità non è solo nel sistema economico, ma evidenzia delle analogie anche con l'enogastronomia non deve rappresentare un ostacolo, semmai deve essere uno sprone. Anche la Calabria ha i suoi giacimenti, non di minerali o di pietre preziose, ma di prodotti agricoli e alimentari, di specialità culinarie senza uguali, di tradizioni popolari uniche. Che combinati con sole, mare e spiagge, monti e cultura millenaria sono senza dubbio un grande, incommensurabile patrimonio, che incredibilmente è per lo più inutilizzato. Molto probabilmente perché noi stessi non lo conosciamo abbastanza. E' necessario quindi riconsiderare il problema. Non ci sarà Giunta regionale o programma economico in grado di garantire uno sviluppo organico se prima non valorizzeremo i nostri "giacimenti" attraverso il lavoro dei singoli e delle imprese.

I pomodori di Belmonte, le cipolle di Tropea, la sardella di Crucoli, i peperoncini di Diamante, i bocconotti e i salumi di Mormanno, i cedri di Santa Maria, i caciocavalli della Sila, la nduja di Catanzaro, i vini di Cirò e via di questo passo, non sono solo l'espressione della cultura di un popolo ma rappresentano soprattutto quanto questi sa fare di buono. E nell'era della sazietà, nella quale il rapporto con il cibo e con tutto quanto gravita intorno ad esso è ormai divenuto un fatto sociale onnicomprensivo, una cartina di tornasole per richiamare interessi economici e turistici verso il territorio, perché non tentare di fare della Calabria il mercato delle meraviglie?

Gli ingredienti di base ci sono tutti. Nella nostra regione sono innumerevoli i prodotti che per la genuinità delle



materie prime e per la lavorazione ancora svolta a mano o perlomeno fatta seguendo i ritmi di una volta, hanno grande *appeal* su consumatori e turisti, sempre più buongustai. E siccome i buongustai, ormai numerosissimi, sono in genere disposti a fare centinaia di chilometri pur di provare quella tal specialità là dove si produce, dobbiamo fare di tutto per stabilire con loro un dialogo e ottenerne un adeguato ritorno economico. Ma il gusto, la salubrità, la forza delle tradizioni non bastano.



Ci vuole un'adeguata comunicazione. Nella società moderna la comunicazione è una componente centrale del processo di valorizzazione dei prodotti e di un territorio. E' lo strumento principe di alimentazione della crescita. I prodotti, un territorio esistono sul mercato solo quando sono autenticati da prolungate campagne pubblicitarie. Ma le campagne costano e le nostre imprese-tipo non sono in grado di farsene carico.

Chiediamo allora alle istituzioni politiche, che già usano egregiamente la pubblicità e la loro capacità persuasiva per fini elettorali, di cambiare rotta e di finalizzare tali mezzi e attitudini per il bene comune. Si adoperino quindi per promuovere il consumo dei nostri prodotti e per diffondere la conoscenza nel mondo della nostra regione, evitando però i costosi e improduttivi uffici di rappresentanza. Solo così potremo conquistare nel tempo la visibilità che ci spetta sul mercato e fare passare il messaggio che da noi alla produzione di massa di derrate alimentari contrapponiamo l'arte dell'artigiano agro-alimentare.

Come andrà a finire? Credo bene, se penso che un paese come Gragnano è famoso a livello mondiale per la produzione di pasta. Un business in cui ci credono tutti, dalla Provincia di Napoli che ha stanziato, anzi investito, circa un milione di euro per la realizzazione di un Museo, agli otto pastifici del posto che d'intesa con le istituzioni pubbliche hanno costituito il "Consorzio Gragnano Città della Pasta" per promuovere il *made in Italy* e far crescere un tessuto di manager e operatori capaci di far sviluppare le imprese e l'occupazione. E tralascio il fatto che a Mormanno, tipico paesino calabrese, un pastificio ha chiuso e di Consorzio c'è solo quello di bonifica, purtroppo.

A quanto pare il processo di crescita socio-economico getta le fondamenta nelle piccole cose e da queste ha inizio. Dunque, niente di rivoluzionario, eppure!!!

