

Intervista ad Adriano Facchini, ex direttore del Consorzio Agrario di Parma e consulente di marketing territoriale.

Le sagre in vertiginoso aumento: cosa significa?

Significa che il territorio sta ritornando ad essere il centro dello sviluppo: in un tipo di società fondata sulla finanza speculativa, ci si era scordati dei 'fondamentali'. Oggi, alcune imprese decidono di associare il proprio brand ad una sagra per migliorarne l'immagine, traendone vantaggi in termini di visibilità e di comunicazione. Il Misen, con il suo proposito di raccogliere diverse manifestazioni locali, vuole farne conoscere il potenziale. Le sagre attirano anche flussi turistici, promuovendo l'immagine delle città e permettono ai giovani talenti ed alle idee di emergere.

Si parla molto spesso di creatività.....

In un momento di crisi, di evoluzione del mercato, diventa importante avviare l'economia della creatività, una nuova forma di intendere lo sviluppo basato su imprese dinamiche e flessibili capaci di creare un network tra piccole e grandi realtà in grado di mettere al centro il territorio e le capacità relazionali. Oggi la tecnologia ci consente di comunicare rapidamente, di relazionarci più facilmente. Noi siamo in una società che premia la conoscenza, e dunque la creatività diventa motore di sviluppo e di competitività. Vogliamo più creatività e relazione con e tra le persone, insieme alla riscoperta del nostro territorio e i suoi prodotti ma vogliamo anche sviluppo, nuove tecnologie e ma soprattutto connessioni!

A Bondeno (Ferrara), presso il centro fiera, si svolgerà dal 29 aprile al 2

Maggio 2010 la settima edizione di Misen, la fiera delle sagre, l'unica manifestazione italiana interamente dedicata all'argomento.

Oltre 60 sagre della provincia di Ferrara, Bologna, Modena, Mantova e

Rovigo si danno appuntamento per far conoscere e valorizzare il proprio

territorio. La manifestazione avrà come ospiti importanti personalità

quali Paolo De Castro, presidente della commissione agricoltura e

sviluppo rurale del parlamento europeo e Paolo Bruni, presidente di

Cogeca, l'organizzazione che raggruppa 40mila cooperative agroalimentari dei paesi della Cee. Misen è il trionfo delle esperienze locali, l'incontro, come vuole il fondatore adriano Facchini, di due culture: il marketing territoriale, che dà dignità culturale al territorio, e il marketing relazionale, che permette alle persone di confrontarsi e di crescere insieme. "La creatività- dice Adriano Facchini- è il motore dello sviluppo economico. E' giunto il momento di dare vita ad un'economia fondata proprio su una creatività che rivaluti la relazione tra e con le persone!".

Ascom contro le sagre, è polemica

Il "caso" sagre approda in Parlamento. Le Associazioni commercianti (Ascom) di Chiavari, Sestri Levante e Lavagna insorgono contro gli stand gastronomici ormai pronti a profumare l'estate con i piatti della festa paesana. In una lettera inviata ai parlamentari liguri chiedono che le autorizzazioni all'allestimento delle sagre siano limitate «alla somministrazione del prodotto tipico e/o tema della sagra». I presidenti delle tre Ascom, dunque, formalizzano il loro no agli stand gastronomici privi di identità e chiedono rassegne tematiche. Posizione messa nera su bianco in una lettera (sottoscritta da ristoratori di diversi Comuni del Levante) inviata anche ai presidenti di Regione e Provincia, ai 67 sindaci provinciali, agli assessori regionali Renzo Guccinelli (Attività produttive), Margherita Bozzano (Turismo) e al direttore generale della Asl 4 chiavarese, Paolo Cavagnaro.

«Non siamo contrari agli scopi nobili e benefici che queste sagre si prefiggono - spiega Vincenzo Bovone, presidente Ascom di Chiavari, anche a nome dei colleghi - ma, come abbiamo già sostenuto in passato, le sagre dovrebbero essere a tema. Se la sagra è dell'asado dovrebbe prevedere solo la distribuzione dell'asado, preparato in modi diversi. Non è ammissibile che, come avviene, questi eventi proponano menu completi, come quelli del ristorante. Gradiremmo

ci fosse un occhio di riguardo verso i nostri ristoratori - prosegue Bovone - che, soprattutto in questo momento di crisi, devono fare i salti mortali per portare avanti le loro attività e far fronte a tassazioni, in particolare gli studi di settore, e balzelli di ogni genere». Per trovare una soluzione all'annoso problema delle sagre, Bovone e i colleghi hanno espresso le loro preoccupazioni anche al consigliere regionale Pdl, Gino Garibaldi, amministratore di Cogorno, e ora sollecitano i parlamentari liguri affinché si possa arrivare a «una specifica regolamentazione».

Bovone si sofferma sul dilagare delle sagre, «organizzate ormai in quasi in tutti i paesi dell'entroterra e della costa», evidenzia che «ogni ricorrenza è valida per ideare una nuova festa: il santo patrono, i frutti di stagione, la festa di partito» e precisa che i «ristoranti a cielo aperto» servono «piatti di ogni genere e somministrano bevande di ogni tipo». Le Pro loco, enti che coordinano gli eventi sul territorio, sottolineano la volontà - almeno da parte dei sodalizi storici che organizzano manifestazioni da decenni - di valorizzare i Comuni e le vallate in cui si svolgono le feste gastronomiche.

«Le nostre iniziative sono finalizzate ad attirare persone in vallata - spiega Claudio Garibaldi, presidente della Pro loco della val Graveglia - Le polemiche le conosciamo, ma non va dimenticato che le sagre offrono ai clienti prodotti che i ristoranti non hanno nei loro menu: è il caso dei testaieu cotti nei testetti e dell'asado preparato in modo tradizionale. Inoltre, sul nostro depliant, stampato in 25 mila copie, promuoviamo tutti i ristoranti e gli agriturismi del territorio che sono nostri sponsor: in questo modo il rapporto è di reciproco sostegno».

A Uscio Bruna Terrile, prima donna a presiedere la sede regionale dell'Unione delle Pro loco liguri, ribadisce la volontà di «promuovere il territorio, valorizzandone le peculiarità». La foto di questo articolo si riferisce alla mitica Raviolata di Cogorno ed è tratta dal sito degli organizzatori.

Debora Badinelli