

L'agricoltura dei Millennials che riscopre varietà in estinzione

Al Castello Sforzesco di Milano la tre giorni di Coldiretti. Gli under 35 impegnati nel settore sono il 7% in più

L'iniziativa

● Il villaggio Coldiretti è stato inaugurato venerdì e resterà aperto fino a oggi: migliaia di visitatori

● È la prima tappa di una manifestazione dell'associazione che approderà nel resto d'Italia

MILANO Alcuni hanno cambiato vita, altri ci hanno scommesso da subito. Il pollice verde dei Millennials e una nuova forma di agricoltura creativa sono l'anima della tre giorni del Villaggio Coldiretti, un weekend lungo in cui la campagna si è presa il centro di Milano all'ombra del Castello Sforzesco. Nei primi sei mesi del 2017, gli under 35 impegnati nel settore agroalimentare sono stati 57 mila, il 7 per cento in più rispetto a un anno fa. «I giovani che hanno aperto un'impresa hanno fatto una scelta prima di tutto di vita. Molti di loro arrivano direttamente al consumatore con la vendita diretta o

l'e-commerce», spiega Roberto Moncalvo, presidente di Coldiretti.

Tra gli stand a chilometro zero, ci sono le aziende che hanno puntato sul biologico e si battono ogni giorno per difendere i loro prodotti che sono bandiera di sostenibilità ambientale, come ha ricordato il ministro Martina aprendo l'evento venerdì. «In Italia la biodiversità non è più una nicchia» aggiunge Moncalvo. C'è l'angolo dell'Agriasilo, con i bambini (e molti nonni) nell'orto a giocare con i semi. Ci sono gli allevamenti, mucche, pecore. «Ma non è folklore perché dietro alla storie di

queste aziende c'è un'economia che genera posti di lavoro. Sono i giovani a trainare il settore: la sfida di molti sta nella riscoperta di varietà in estinzione». Succede con gli ortaggi, con il mais, i legumi. Ma anche con gli animali. Razze autoctone che rischiano di scomparire: come la capra girgentana, la mucca varzese che risale ai tempi dei Longobardi o l'asino romagnolo che ha rischiato l'estinzione durante la Seconda guerra mondiale.

Il Villaggio chiude oggi con un via vai di 200 mila persone tra curiosi, buongustai (con 5 euro si assaggiano i menu cucinati dagli Agrichef), tifosi del made in Italy sempre più ricercato nel piatto. «La gente oggi vuole sapere l'origine di ogni prodotto. Questa è un'occasione per assaggiare l'agricoltura» aggiunge il presidente di Coldiretti. L'esperimento ha il sapore di una grande vetrina. Partito da Milano, sulla lunga scia di Expo, il Villaggio farà il giro d'Italia. «L'obiettivo è portare la grande bellezza della campagna italiana nei centri storici». Partendo da una certezza: era dai tempi del Dopoguerra che gli italiani non erano così attenti al proprio carrello: il 60 per cento fa almeno una volta al mese la spesa dal produttore. E spesso si tratta di frutta e verdura. Potere della (ritrovata) dieta mediterranea. «La gente riconosce alle nostre aziende il ruolo di garanti della loro sicurezza alimentare».

Stefano Landi

La fiera
Le bancarelle del villaggio Coldiretti al Castello Sforzesco di Milano (LaPresse)

