

Sette imprese per il recupero della terra

Bagnone, si tratta di progetti volti a valorizzare i prodotti lunigianesi: viti, ulivi e castagneti

► BAGNONE

Da circa dieci anni Bagnone sta scommettendo sempre di più sull'agricoltura e sulla valorizzazione dei prodotti agroalimentari come volano di sviluppo del territorio, sommando sia i valori economici che la manutenzione territoriale. Ad accettare questa scommessa, che sa tanto di riscatto, sono state sette nuove realtà imprenditoriali, guidate da giovani e ben distribuite sul territorio bagnonese, che hanno visto accettate le richieste di fondi per avviare la

loro attività.

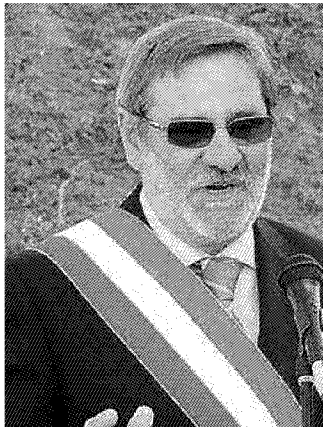
Naturalmente ora si tratta di programmare l'attuazione dei progetti che hanno consentito loro di accedere a queste risorse, sviluppando una filiera che possa portare alla luce quelle tipicità che contraddistinguono la produzione agricola lunigianese. Via libera quindi all'ulivo e alla vite, ma si guarda anche al recupero dei castagneti e allo sfruttamento dei prodotti del sottobosco, quest'ultimi spontanei e favoriti dal microclima lunigianese. «È mia intenzione – ha spiegato il pri-

mo cittadino, Carletto Marconi – convocare questi nuovi imprenditori per mettere in essere un piano agricolo territoriale che possa essere condiviso con l'amministrazione. Un altro fattore positivo è la microoccupazione e la rete economica che può nascere con queste nuove imprese, che necessiteranno di figure professionali, favorendo inoltre il commercio di attrezzature in questo settore. La loro distribuzione equa sul territorio inoltre permetterà di curarlo maggiormente, contrastando i fenomeni erosivi.

Stiamo invertendo la tendenza rispetto agli anni passati, adesso riusciamo ad essere attrattivi per i giovani che, rimanendo a Bagnone, consolidano il loro rapporto con il territorio».

Molto però rimane ancora da fare, il percorso di recupero dei terreni abbandonati all'incuria è ancora lungo. «Il recupero di queste porzioni d'area che possono essere destinate all'uso agricolo è sicuramente una priorità. Queste, quantificabili in un 20% della superficie, devono tornare ad essere lavorate. Le imprese possono contribuire ad aumentare la produzione della cipolla di Treschietto, la cui richiesta è in costante crescita, non riuscendo a soddisfarla pienamente. Abbiamo un altro vantaggio da sfruttare, il riconoscimento Mab, un marchio che certifica l'assoluto equilibrio tra opera dell'uomo e natura, calato in una biosfera dai valori eccezionali. Nel Reggiano sono già molto avanti in questo senso perché stanno legando i loro prodotti al marchio, promuovendo la loro storia e la loro economia».

Sarebbe ideale, quindi, che emergesse una imprenditorialità a misura d'uomo, che possa ricalcare, con metodi moderni, la storia di chi ci ha preceduto, ritrovando nel passato la strada per il futuro.



Carletto Marconi

