

Creatività e innovazione dal lavoro nei campi nuovi spazi per i giovani

MAURIZIO TROPEANO

Una strage di imprese giovanili. Dal commercio ai servizi, dalla manifattura alle costruzioni in un solo anno l'Italia ha perso 26 mila aziende condotte da under 35. Solo l'agricoltura regge la sfida: sono nate più o meno 2500 nuove attività nel corso del secondo trimestre del 2012. In tutta Italia sono in 62 mila. «Una ripresa che non si era mai verificata prima e che conferma le caratteristiche anti-cicliche di un settore che è tornato ad attrarre i giovani», spiega il presidente nazionale

Coldiretti, Sergio Marini commentando un'indagine Swg presentata ieri a Roma nel corso del Festival nazionale della Campagna Amica.

Il capo dei giovani Coldiretti, Vittorio Sangiorgio si dice convinto che «l'inversione di tendenza è la dimostrazione che il settore agricolo si è rigenerato con una classe di giovani di imprenditori che non si è arrotolata ma si è impegnata con successo nel capire e soddisfare i nuovi bisogni dei consumatori». L'agricoltura, insomma, tira, anche a livello scolastico «con gli Istituti agrari che hanno aumentato

dell'11 per cento il proprio peso percentuale sul totale di iscritti, mentre sono scesi quelli dei Licei, secondo i dati 2012 del ministero dell'Istruzione e dell'Università».

Non solo terra, allora. Gli imprenditori agricoli oggi si possono occupare di attività che vanno dalla trasformazione aziendale dei prodotti alla loro vendita in azienda o nei mercati degli agricoltori, ma anche della fornitura di servizi alla pubblica amministrazione come i contratti realizzati da molti Comuni per la cura del verde pubblico che spesso viene affidata agli agricoltori. Opportunità che arrivano da lon-

tano - la legge sulla multifunzionalità è del 2001 - ma che adesso diventano una strada obbligata per uscire dalla crisi. E la strada è quella della creatività: dallo spumante fatto invecchiare nel più profondo degli abissi marini all'originale coltivazione di bambù interamente Made in Italy, dal ritorno dell'assenzio, elisir tanto amato dai poeti maledetti, fino agli agridetersivi ecologici. Nell'analisi della Coldiretti l'agricoltura diventa l'alternativa «in un momento in cui il mercato del lavoro è in crisi ed è venuta meno la stessa idea che l'industria possa dare a tutti un posto, con le situazioni drammatiche cui stiamo assistendo in queste settimane».

Bambù di Langa



Andrea De Magistris nella sua azienda nelle terre di Langa in Piemonte produce foglie di bambù. Il bambusetto nasce tra i noccioli dopo aver selezionato in Giappone la specie più adatta da impiantare nella Langa. Prima si producono germogli per la cucina e canne per l'artigianato. Poi grazie alla collaborazione con l'università di Napoli nasce il progetto di creare estratti da foglie di bambù, capaci di trasformarsi in tisane senza eccitanti, dolci ai palati dei bimbi e cosmetici all'estratto di bambù.

Mozzarelle e borse



Teresa Palmieri dalla provincia di Salerno ha deciso di non limitarsi alla produzione di bocconcini e mozzarelle di bufala, ma di diversificare la produzione utilizzando anche il pellame. E così l'azienda Vannulo si è messa a fabbricare una gamma di prodotti che interamente si richiamano alla tradizione contadina cilentana, come le borse, l'intreccio, lo svuotatasche e i portariviste. E queste botteghe artigianali sono state inserite nella visita guidata (circa 15 mila l'anno) alla tenuta.

Vino in mare



Marta Lugano la racconta così: «Mio padre facendo un'immersione si trovò ad esplorare un'imbarcazione antica dentro le cui stive si era conservato benissimo del vino millenario. Fu allora che intuì che le correnti sottomarine avrebbero coccolato le sue bottiglie». L'azienda Bisson (Genova) dopo aver ottenuto le autorizzazioni avvia la sperimentazione. Le bottiglie vengono ingabbiate e inabissate. Dodici mesi a mollo ma funziona e incrostazioni marine, conchiglie, alghe diventano una decorazione per il vetro.

Orto multicolor



L'azienda Cunsolo (Ragusa) produceva pomodori tradizionali, ma dalla Sicilia voleva raggiungere il cuore d'Europa e allora per fare la differenza ha puntato sul colore, anzi sui multicolori. Nascono i primi pomodori neri, poi quelli marroni, gialli, viola, rosa e verdi. Gianfranco Cunsolo ha ereditato la passione dal padre che da anni produce fiori ed ortaggi. Il giovane imprenditore ci mette la faccia, sull'etichetta e sulla confezione, e crea un percorso di tracciabilità innovativo.