



CHIARI WEEK

Data: 11.12.2020 Pag.: 47
Size: 510 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:

Sono stati presentati in videoconferenza i risultati del progetto «Pianura sostenibile»

Tra aziende, agriturismi e prodotti De.Co, i numeri della Bassa nell'analisi sul territorio rurale fatta da Fondazione **Cogeme**

ROVATO (If2) Sostenibilità, innovazione e un po' di sano orgoglio: la ricetta vincente per il futuro della pianura bresciana è emersa durante la videoconferenza organizzata dalla fondazione **Cogeme**, che nella sera di mercoledì ha presentato i dati dell'analisi del territorio rurale, primo obiettivo del progetto «Pianura sostenibile».

Cominciato nel 2008 insieme a 23 Amministrazioni locali, il progetto si prepara ora a diventare realtà, grazie alla regia della Fondazione **Cogeme**. «Per noi, questo è un progetto significativo - ha dichiarato in apertura il presidente **Gabriele Archetti** - Il territorio rurale in passato era considerato spazio esclusivo di produzione agricola, oggi è quello in cui le possibili trasformazioni urbane trovano spazio».

Proprio questa connessione tra campagna e città è uno degli obiettivi da raggiungere, a partire dai dati raccolti dall'Università di Brescia, come ha evidenziato l'entomologo **Gianni Gilioli**. «Pochi concetti sono abusati come quello di sostenibilità - ha denunciato il professore - Il nostro approccio deve avere una dimensione inter-generazionale e inclusiva, quindi la sostenibilità è un concetto necessariamente politico».

I dati dei 23 Comuni esaminati

I numeri parlano chiaro: i 23 Comuni mappati ospitano ben 2124 aziende agricole (Chiari è prima con 345 aziende) e 1.060 allevamenti, ma solo 7 prodotti in quest'area sono premiati con la Denominazione Comunale (De.Co.). Un sistema di produzione evidentemente intensivo, che punta ancora poco alla qualità e non promuove se stesso.

La soluzione a questo problema è ciò che il professor Gilioli ha chiamato «intensificazione sostenibile»: sfruttare meglio i terreni, senza espandere le aree coltivate, e incrementare la «conoscenza per etaro», portando in campagna la tecnologia. Dello stesso parere anche la dottoressa **Anna Richiedei**, ricercatrice in pianificazione urbanistica all'Università di Brescia: «Sarebbe necessario poter raccogliere altri dati come il numero di coltivazioni biologiche o il livello di qualità della produzione, ma questi dati non sono accessibili».

Il problema, oltre che tecnologico, sembra essere di approccio, come ha spiegato **Ermete Realacci**, presidente della Fondazione Symbola. «Prendiamo l'esempio del vino - ha dichiarato - Dopo lo scandalo del metanolo, un settore che aveva scommesso su quantità e basso prezzo ha subito una mutazione fortissima: oggi produciamo il 50% di vino in meno, ma esportiamo molto di più».

Le risorse europee sono poco sfruttate

Un'Italia che fa l'Italia, insomma, sarebbe la soluzione, ma servirebbe anche un'Italia più europea, come ha voluto aggiungere il presidente di Coldiretti **Ettore Prandini**: «È paradossale che l'Italia sia il paese che usa meno risorse europee per i progetti comunitari. Siamo terz'ultimi in questa classifica: le risorse del recovery fund vanno accompagnate da una serie di riforme che il paese aspetta da 20 anni».

Una prospettiva su cui ha concordato **Maurizio Tira**, rettore dell'Università degli studi di Brescia. «Le Università non hanno risorse per lavorare sui progetti europei - ha denunciato il rettore - Avrebbero bisogno domani di 2 miliardi in più,

che non è tantissimo. Il nostro territorio può diventare un prototipo per il Paese, ma se non vinciamo qui queste sfide... come possiamo proporci come modello?».

La centralità della comunicazione

Relativa arretratezza, assenza di una programmazione condivisa e scarsa comunicazione. Proprio quest'ultimo problema è stato il centro del mea culpa dell'assessore regionale all'agricoltura **Fabio Rolfi**: «Il comparto agricolo deve confrontarsi col tema della sostenibilità, non con il senso di colpa: dobbiamo essere bravi a comunicare l'opportunità anche economica legata a questo cambiamento».

Il report di **Cogeme** ha infatti dimostrato che le aziende che hanno investito su sostenibilità e tecnologia hanno guadagnato di più di quelle tradizionali, e non solo grazie alla qualità dei loro prodotti, ma anche per il valore aggiunto dato dalla famosa connettività.

«La strada è quella tipica dell'imprenditoria lombarda, cioè quella dell'innovazione - ha spiegato l'assessore Rolfi - Far capire che le ricadute saranno positive è compito di tutte le istituzioni, che non hanno creduto nell'agricoltura come campo di innovazione. Il 4.0, ad esempio, nell'industria ha funzionato, ma in agricoltura è quasi assente».

Proprio durante il suo intervento, però, l'assessore Rolfi, che stava partecipando alla conferenza dal sedile posteriore di un'auto, in viaggio nella campagna bresciana, ha avuto problemi di connessione. La tecnologia, insomma, fatica ancora a farsi strada nel territorio rurale bresciano.

Francesco Losapio



CHIARI WEEK

Data: 11.12.2020 Pag.: 47
 Size: 510 cm2 AVE: € .00
 Tiratura:
 Diffusione:
 Lettori:



I relatori da sinistra in senso orario: Anna Richiardi, Emmete Reallacci, Maurizio Tira, Fabio Rolfi, Ettore Prandini e il presidente della Provincia Samuele Alghisi, che ha rimarcato l'importanza «per i Comuni far parte di un'identità territoriale». Sotto nella tabella alcuni dati emersi dallo studio sui Comuni mappati

Comune	Aziende agricole	Agriturismi	Prodotti De.Co (al 2019)	Suoli a valore agricolo alto
Barbariga	60	0	2	45%
Berlingo	34	1	1	4%
Borgo S. Giacomo	95	0	0	4%
Brandico	27	0	0	13%
Castel Mella	47	1	0	1%
Castelcovati	59	0	1	n.d.
Castrezzato	96	0	0	30%
Chiari	345	2	0	60%
Comezzano-Cizzago	63	0	0	37%
Corzano	38	2	0	5%
Lograto	55	1	0	3%
Longhena	15	0	0	47%
Maclodio	14	0	0	0
Mairano	55	0	0	42%
Orzinuovi	166	0	0	31%
Orzivecchi	31	0	0	n.d.
Pompiano	61	0	0	n.d.
Quinzano	72	1	2	26%
Roccafranca	91	1	0	43%
Roncadelle	31	0	0	17%
Rudiano	70	1	0	42%
San Paolo	81	0	1	38%
Torbole Casaglia	48	4	0	35%
Trenzano	163	2	0	4%
Urago d'Oglio	52	0	0	45%
Villachiera	40	0	0	24%

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile