

“L’istituzione del marchio del Parco e la valorizzazione dei prodotti agricoli naturali”.¹

Il paesaggio agrario di questi luoghi e il quadro di vita che gli abitanti del posto disegnano con le loro attività umane tradizionali costituiscono gli aspetti più sensibili del fabbisogno delle aree marginali e al tempo stesso protette, come il Pollino, di trovare modalità per rendere compatibili i processi di trasformazione e di transizione verso la modernizzazione e per mantenere e valorizzare le identità locali.

I campi di grano, la loro semina, la mietitura, la trebbiatura con i buoi sull’aia, il raccolto, la macina nei mulini, le farine dei diversi frumenti, il pane fatto in casa nel forno a legna, l’orzo, i ceci, le fave, il fieno, gli asini, i buoi, le pecore, le capre, i maiali, le galline, le uova, il latte, il formaggio pecorino, il prosciutto e i salami sono l’ambiente, le attività agricole, pastorali e domestiche, i prodotti che il “sapere” antico delle gente di quest’area ha conservati come valori di biodiversità.

Il grande radicamento di questi “saperi” nel territorio e nella sua storia, perciò, fa del Pollino un patrimonio di risorse ad altissimo valore aggiunto, che il Parco Nazionale si appresta a conservare e a promuovere nell’ambito di politiche di tutela degli ambienti naturali e di applicazione delle compatibilità imposte dall’obbligo non più eludibile di uno “sviluppo durevole”. Sono azioni, quelle rivolte all’agricoltura, che più di qualsiasi altra corrispondono all’impegno della nuova programmazione regionale, nazionale ed europea di rispettare le condizioni dell’ambiente.

Con i suoi caratteri di trasversalità e di integrazione, infatti, l’ambiente trova nelle attività del settore primario il miglior modo di orientare le politiche del territorio verso la difesa e la valorizzazione delle naturalità, delle diversità biologiche, dei paesaggi.

E’ la via della “rete ecologica”, di “Natura 2000”; una via che porta al Pollino, un Parco Nazionale di incommensurabile ricchezza, ma anche un’area in difficoltà, un’area da proteggere, ma anche da promuovere.

L’accresciuta domanda di “area protetta”, di “area di qualità”, favorisce, peraltro, la possibilità di porre le basi dello sviluppo locale entro le dinamiche delle attività di conservazione, tutela e valorizzazione del Parco.

A sostegno delle iniziative per la promozione economica e sociale, inoltre, la legge quadro sulle aree protette, la legge n.394/91, al comma 4 dell’art.14, prevede che l’Ente Parco conceda “l’uso del proprio nome e del proprio emblema a servizi e prodotti locali che presentino requisiti di qualità e che soddisfino le finalità del Parco”.

Il mercato apprezza il “valore Parco”; il suo nome ed il suo emblema, perciò, possono diventare strumento di garanzia e di certificazione, di valorizzazione e di promozione della “qualità” dell’area Parco, del territorio nel suo insieme, delle attività umane che vi si svolgono, dei procedimenti usati, dei servizi e dei prodotti ricavati.

L’intero Pollino, quindi, il suo mondo di natura e di cultura, la sua qualità territoriale ed ambientale, aldilà delle singole emergenze, eccezionalità, peculiarità, costituiscono il “valore” del sistema Parco da offrire al fruitore, al visitatore.

Per accrescere tale “valore”, per migliorare la qualità delle attività umane e dei conseguenti servizi e prodotti di tutti quei soggetti ed operatori pubblici e privati, che si adoperano per le finalità ambientali, l’Ente Parco Nazionale del Pollino ha programmato un intervento, in fase di attuazione, per la valorizzazione dei prodotti alimentari locali, mediante la concessione dell’uso del nome e dell’emblema del Parco a coloro che con la qualità dei propri prodotti e con il loro rispetto per la natura e per le risorse territoriali contribuiscono a mantenere o ad elevare il “valore” del “prodotto Parco”.

¹ Intervento al Convegno su: “BIODIVERSITA’ E AGRICOLTURA BIOLOGICA NELLE AREE MARGINALI E NEI PARCHI NAZIONALI” , organizzato dal WWF – Sezione Pollino Orientale Alto Jonio ad Alessandria del Carretto il 3 settembre 1999. Atti stampati a cura della sezione WWF, gennaio 2000.

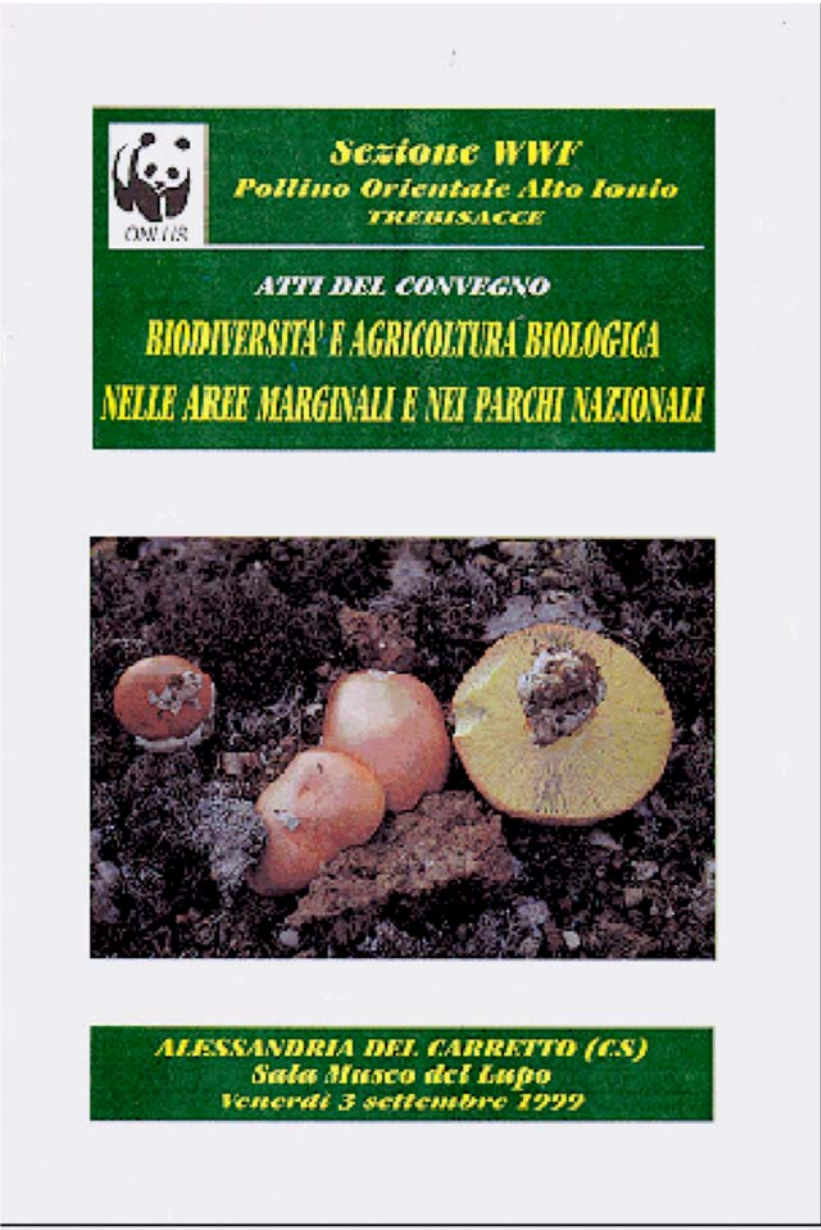
L'organizzazione e la gestione dell'uso in concessione del nome e del simbolo del Parco crea, attraverso il rispetto di standard qualitativi di prodotti o di processi, una modalità di garanzia; con tale azione, cioè, l'Ente Parco garantisce ai consumatori che i prodotti o i servizi, così contraddistinti, siano caratterizzati da una determinata qualità e, grazie a tale garanzia, i produttori possono avvantaggiarsi nella commercializzazione dei prodotti, instaurando un rapporto di forte fiducia con i consumatori.

Il sistema obbliga, al tempo stesso, il produttore a garantire all'Ente Parco che i prodotti siano effettivamente conformi alla qualità definita. (1)

Con tale strumento di garanzia, di certificazione e di promozione dell'area protetta, senza che ciò debba in alcun modo rischiare di enfatizzare il bene Natura come valore economico e commerciale, l'istituzione del "marchio" del Parco, in definitiva, crea un vero e proprio "marketing territoriale".

(1) dal progetto per la istituzione di un marchio per i prodotti alimentari del Parco Nazionale del Pollino del dr. Erminio Monteleone, 1999.

Annibale Formica



The image shows the cover of a report or brochure. At the top left is the WWF logo with a panda and the text 'WWF ITALIA'. To its right, on a green background, is the text 'Sezione WWF Pollino Orientale Alto Ionio TREGISACCE'. Below this, also on a green background, is 'ATTI DEL CONVEGNO BIODIVERSITA' E AGRICOLTURA BIOLOGICA NELLE AREE MARGINALI E NEI PARCHI NAZIONALI'. In the center is a photograph of several mushrooms growing from dark soil. At the bottom, on a green background, is the text 'ALESSANDRIA DEL CARRETTO (CS) Sala Museo del Lupo Venerdì 3 settembre 1999'.

Sezione WWF
Pollino Orientale Alto Ionio
TREGISACCE

ATTI DEL CONVEGNO
BIODIVERSITA' E AGRICOLTURA BIOLOGICA
NELLE AREE MARGINALI E NEI PARCHI NAZIONALI

ALESSANDRIA DEL CARRETTO (CS)
Sala Museo del Lupo
Venerdì 3 settembre 1999