

Non far sapere quanto è buono il cacio con le pere



E' un detto popolare che stigmatizza la cultura contadina delle nostre campagne, e non solo, nel desiderio di conservare le tradizioni e tramandare il segretissimo ingrediente che rendeva unica la ricetta della nonna. Permettetemi, in questa difficile fase per la nostra comunità, di rivolgere un pensiero alle nostre nonne e ai nostri nonni.

Torniamo al nostro detto. Oggi, nell'era della globalizzazione, i guru del marketing aborriscono una tal posizione. Parlando di promozione o marketing mai come in questo momento la nostra nazione, il nostro territorio e i prodotti locali necessitano di un forte rilancio. Dopo aver riscontrato sui social pareri negativi sul servizio, relativo alla risicoltura vercellese, mandato in onda dal TG1 nella serata del 26 aprile. Ho rivisto il video e mi permetto alcune osservazioni.

La prima, in qualità di membro della filiera, non può che riguardare un dato espresso nel servizio. Il giornalista afferma che ad oggi (26 aprile) è stato venduto il 90% del prodotto disponibile presso le aziende produttrici. Sono anni che affermo la mancanza di dati relativi alle vendite di risone. L'Ente Nazionale Risi pubblica i dati relativi ai trasferimenti di risone dal produttore all'industria di trasformazione. Infatti al 21 aprile i dati di trasferimento riportavano il 73,60% di risone trasportato dai magazzini dei produttori agli stabilimenti industriali. Oltre a rinnovare l'invito (e qui mi rivolgo alla FIMAA e ai suoi organi competenti) a promuovere la rilevazione dei dati ai fini statistici, mi chiedo da chi il giornalista possa aver ricevuto il dato se non c'è un sistema ufficiale di rilevamento. La seconda osservazione mi è stata consigliata dall'osservazione che un esperto in sicurezza alimentare mi ha sottoposto. Si è parlato nei mesi scorsi di HACCP, per intenderci la sicurezza alimentare. Da più voci, anche politiche, si è sollevato il problema della salubrità del riso proveniente dai paesi extracomunitari. Si sono fatti convegni sulla New Green Deal europea dove si è posta l'attenzione sul futuro dell'alimentazione, e di conseguenza dell'agricoltura europea, che si baserà sulla sicurezza e salubrità del cibo. Purtroppo nel video quando inquadrano il silos si vedono due piccioni spiccare il volo dall'interno del silos stesso.

Terza osservazione. Alla domanda "Quindi se il prezzo del risone è salito, vuol dire che i consumatori pagheranno di più il riso sugli scaffali?" La risposta non è stata all'altezza delle aspettative. Chi ha commissionato o predisposto la partecipazione al servizio avrebbe dovuto elaborare una risposta

strategica. Per esempio, evidenziare che i prezzi al dettaglio non risultano rialzati, mentre nei mesi precedenti la componente agricola ha venduto il proprio prodotto a prezzi sottocosto. Oppure che esattamente un anno fa alcune varietà avevano prezzi superiori agli attuali. Affermare che non è un grosso problema per il consumatore perché probabilmente nei prossimi mesi il prezzo scenderà, può solo surriscaldare gli animi dei risicoltori che, da tempo, affermano di produrre con i bilanci in pareggio.

Ultima osservazione. Da vercellese sono contento che un notiziario nazionale elogi il nostro territorio e il suo prodotto principe. Da cittadino italiano trovo scorretto che, in questo servizio, il rappresentante di un Ente Nazionale del Ministero dell'Agricoltura promuova unicamente un solo territorio e il prodotto di quel territorio. L'Ente Nazionale Risi, per statuto, deve promuovere il riso italiano, nella sua integrità. Inoltre se il servizio è stato programmato (come è probabile, vista la partecipazione di più rappresentanti di aziende agricole diverse) perché il presidente dell'Ente Risi non ha chiesto di coinvolgere altri rappresentanti della filiera risicola? Perché non è stato invitato a parlare un rappresentante dell'industria di trasformazione? Se si voleva fare un servizio di promozione sicuramente valeva la pena spendere un po' più di tempo nella preparazione. Oggi gli ingredienti segreti di una ricetta possono essere un'arma vincente però bisogna essere bravi a farne un buon uso.