

SOSTEGNO DEI PRODOTTI REGIONALI

AUTARCHIA ALLE VONGOLE

di **GIOVANNI COSTA**

La legge regionale contenente «norme per orientare e sostenere il consumo di prodotti agricoli regionali» è stata alla fine approvata senza alcun voto contrario. È stata definita una legge d'intenti che in più prevede una condizione sospensiva, la compatibilità con la normativa europea. Un piccolo mostro, pare. Ma di questo si occuperanno i giuristi. Guardiamo la sostanza.

Un proposito lodevole viene realizzato in modo del tutto inadeguato se non dannoso. Innanzitutto è discutibile l'uso dello strumento legislativo. A Venezia, come del resto a Roma, si preferisce la facile strada delle leggi all'impervia strada del governo, della gestione, della ricerca dei risultati. È così che il Paese si riempie di leggi inutili che nessuno tra l'altro si preoccupa di applicare. Al gigantismo delle intenzioni si contrappone il nanismo delle realizzazioni.

C'è poi un aspetto culturale. Orientare i consumi dei privati cittadini, delle imprese e delle amministrazioni attraverso norme astratte e burocratiche oltre che essere inefficace, può essere al ridicolo. Negli anni Sessanta nei primi supermercati delle cooperative rosse dell'Emilia Romagna il whisky era bandito dagli scaffali in quanto prodotto dell'imperialismo americano. Per non ricordare le patetiche politiche autarchiche durante il Fascismo, o la creazione di spassosi neologismi per preservare la lingua italiana o i maldestri tentativi di ri-

scrivere la storia. Tutte cose che in questa fase di prove tecniche di Federalismo ritornano con preoccupante insistenza. La preoccupazione riguarda appunto il ridicolo e non tanto il ritorno dei fantasmi del passato.

Promuovere i nostri prodotti, i frutti della nostra terra, il lavoro dei nostri agricoltori è una cosa sacrosanta. Dobbiamo farlo con gli strumenti adeguati. Intanto dobbiamo mettere in condizione i nostri coltivatori di fare buoni prodotti e i consumatori di apprezzarli. Tutti i consumatori e non solo quelli veneti. Buoni prodotti significa che alla qualità e genuinità intrinseca si deve aggiungere l'immagine, la storia, l'aggancio con la tradizione. La storia c'è ma bisogna saperla raccontare. I produttori devono avere la dimensione adeguata per garantire quantità idonee ad alimentare i canali di distribuzione, compresi quelli alternativi e innovativi, i così detti canali corti (più semplicemente, dal produttore al consumatore senza tanti passaggi). Ma anche in questo caso servono flussi che possano indurre abitudini stabili all'acquisto. Dove non arrivano i singoli coltivatori o le singole aziende, devono arrivare i consorzi d'impresa, intesi non come carrozzone pubblici ma potenziatori d'imprenditorialità, attivatori delle essenziali strutture logistiche che nell'agroalimentare sono fondamentali. Per questo forse non serviva un'altra legge, e meno che mai una legge d'intenti.

g.costa.cdv@virgilio.it