Scritto da Red.
Venerdì 31 Luglio 2015 11:30



AVELLINO – Centosessanta eventi in 88 giorni di programmazione, dal 1° maggio al 27 luglio. Tre mesi che hanno visto l'Irpinia fare sistema e presentarsi, con orgoglio e autorevolezza, agli occhi del mondo. Dalle eccellenze enogastronomiche a quelle della produzione industriale, dai risultati della ricerca made in Irpinia alle curiosità espresse dagli oltre 30 Comuni della provincia coinvolti, dalle bellezze naturalistiche al folklore e alle tradizioni che affondano le radici in secoli di storia.

Lungo il Cardo, nel cuore dell'Esposizione Universale di Milano, l'Irpinia si è ritagliata uno spazio di primo piano, raccogliendo consensi ed attirando la curiosità degli oltre sei milioni di visitatori che nei tre mesi di presenza di Piazza Irpinia ad Expo hanno affollato il Padiglione Italia (dal 1 maggio al 15 luglio sono stati 7,4 milioni gli accessi all'Expo. Fonte *Il Sole24Ore*). Numeri imponenti, quelli riscontrati, che fanno il paio con l'entusiasmo registrato nello spazio espositivo nel corso dei numerosi appuntamenti che hanno catalizzato l'attenzione sull'Irpinia e sulla sua molteplice e variegata capacità attrattiva.

Ecco allora che gli eventi organizzati, nel segno del tema “Nutrire il pianeta. Energia per la vita”, in collaborazione con le istituzioni locali, a cominciare dalla Provincia di Avellino, con gli istituti di formazione e ricerca - dal Biogem al Cnr a numerose scuole irpine e Università italiane -, con il mondo dell'impresa e con l'Unione degli industriali, dell'associazionismo, della cultura e dello sport hanno trasmesso il messaggio di una terra viva, ricca di forze propulsive, capace di competere sui mercati globali e di esprimere idee ed intelligenze su cui investire per rafforzare il futuro dell'Irpinia, un futuro che ha dimostrato di potersi sviluppare intorno a temi importanti, quali quelli dell'ambiente, della tutela di risorse fondamentali come l'acqua, dell'innovazione applicata ai processi produttivi, così come testimoniato, proprio in Piazza Irpinia, dal Cnr, dall'Ordine degli architetti e da alcune delle aziende che operano sul territorio irpino.

“Una “rete”, quella messa in piedi nei tre mesi di partecipazione ad Expo Milano, che ha visto mettersi in gioco, ciascuno per la propria parte, sindaci, amministratori, imprenditori, scienziati, ricercatori, chef stellati, artisti e tantissimi giovani - osserva il presidente della Camera di Commercio di Avellino, Costantino Capone - che hanno accolto la sfida dell'Expo come un

momento di affermazione di un'identità, un'appartenenza, talmente forte che ha finito per coinvolgere e trascinare anche le numerose personalità che hanno sposato il progetto Irpinia, dai professori Antonino Zichichi, Sabino Cassese, Donato Matassino e Cesare Gridelli, agli attori Michele Placido, Vincenzo Salemme, Alessandro Preziosi, Marisa Laurito e Francesco Paolantoni, fino a Daniele Bossari, Paola Saluzzi, Michele Mirabella e Michele Renzulli. A tutti i protagonisti di questa splendida esperienza va innanzitutto il mio ringraziamento, per l'entusiasmo con cui hanno affrontato questa sfida. Piazza Irpinia – continua il presidente Capone – è stata la plastica dimostrazione che l'Irpinia che funziona è quella rappresentata dalle sue singole parti che, messe insieme tra loro, compongono un tutt'uno indivisibile: il sistema Irpinia. Ciascuna non può fare a meno dell'altra: non può esistere solo l'Irpinia del vino, l'Irpinia della produzione, l'Irpinia dell'industria, l'Irpinia del folklore, l'Irpinia della ricerca, l'Irpinia delle idee. Esiste l'Irpinia, che è tutto questo nel suo insieme".

Durante la partecipazione ad Expo sono state coinvolte, a vario titolo, nell'organizzazione dei singoli eventi, oltre 600 persone, in rappresentanza di quasi 50 tra enti locali ed istituzioni, 30 aziende, 10 Università, 20 associazioni, 2 società sportive.

Tra queste, anche 11 chef, molti dei quali stellati, che hanno allietato i palati dei visitatori proponendo alcune delle eccellenze gastronomiche del territorio, 90 allievi del Conservatorio "Cimarosa" che, durante i fine settimana, hanno fatto da colonna sonora serale a Piazza Irpinia, i figuranti dei Carnevali irpini che hanno colorato per un giorno il Cardo ed il Decumano.

Una organizzazione importante, quella messa in piedi dalla Camera di Commercio di Avellino, che ha avuto un notevole riscontro anche in termini di comunicazione, come testimoniano i numeri registrati attraverso i principali social network e gli organi di informazione nazionali e locali che, con cadenza quotidiana, hanno proposto servizi ed approfondimenti sugli eventi in programmazione, con circa 1500 articoli prodotti, incentrati su quanto proposto in Piazza Irpinia.

"A poche ore dalla chiusura dell'esperienza di Piazza Irpinia ad Expo 2015 – conclude il presidente Capone – sento di poter dire senza timore di smentita che l'obiettivo che ci eravamo prefissi, quello di lasciare un segno concreto di cosa significhi Irpinia, intesa nel suo complesso patrimonio, è stato ampiamente raggiunto. Credo che chiunque sia transitato in questi mesi in Piazza Irpinia non abbia potuto non convenire con il messaggio con cui avevamo aperto e presentato l'iniziativa: L'Irpinia è puro colore, distillato di natura, quintessenza di vita. L'Irpinia è il Sud che non ti aspetti, l'abbraccio degli elementi, il soffio pulito del vento. L'Irpinia è vita, la vita è energia, l'energia è colore. L'Irpinia è un altro Sud. Il Sud a colori".