Scritto da Red.
Mercoledì 29 Giugno 2016 12:16



FONTANAROSA – Area vasta, marketing territoriale, metropoli diffusa. Tutte espressioni che fanno oramai parte del vocabolario quotidiano quando si parla di promozione del territorio. I progetti sono molteplici, l'entusiasmo, soprattutto quello programmatico, è spesso coinvolgente, ma il più delle volte il tutto svanisce in un nulla di fatto. I grandi propositi diventano spesso clamorosi dietrofront quando si tratta di scendere nel concreto: a causa di burocrazia, pigrizia o peggio ancora equilibri che non si ha voglia di intaccare, la promozione dell'Irpinia rimane una chimera.

Dalla varietà di castelli fino alle eccellenze enogastronomiche, passando per le bellezze naturalistiche, i luoghi di culto religioso e gli antichi riti tradizionali diventati eventi di richiamo, l'impressione per gli irpini è quella di essere seduti su una miniera d'oro che per una ragione o per un'altra non si riesce a sfruttare. Ci sta provando, con intenti meritori e traguardi finora interessanti, "Comuni in comune", il progetto che in poco tempo ha già affiliato quasi trenta Comuni irpini, uniti dalla volontà di "fare sistema".

Con l'antichissimo rito del carro dedicato alla Madonna della Misericordia, puntuale nella tradizione cittadina ogni 14 agosto, i suoi inimitabili portali in pietra, i vini d'eccellenza e la caratteristica lavorazione della paglia, il Comune di Fontanarosa si appresta a mostrare le sue eccellenze al di fuori del territorio locale proprio grazie al progetto promossa dalla Pixhart di Roma. "Un'idea innovativa ed intelligente – la definisce il sindaco di Fontanarosa Flavio Petroccione – che consente la promozione non più solo in territori limitrofi, ma una visibilità che va oltre il territorio regionale. Una cosa per cui occorrerebbe, senza l'aiuto e l'organizzazione del soggetto promotore, una capacità di spesa non indifferente per le casse comunali".

In tema di promozione, il sindaco propone un caso piuttosto emblematico: "All'ingresso del paese di Fontanarosa campeggiano ancora oggi dei pannelli pubblicitari piuttosto malridotti, che ricordano un'iniziativa promozionale risalente al 2004 e non replicata negli anni successivi. I cartelli sono ancora lì, malridotti e oramai non più leggibili, a ricordarci come non abbia senso promuovere il territorio e le sue iniziative in maniera isolata, senza continuità".

Per quanto riguarda Fontanarosa, Petroccione ricorda l'importanza del Museo civico della paglia e della pietra (in cui vengono esposte tutto l'anno le peculiari opere di oggettistica realizzate da artigiani locali), le numerose chiese che impreziosiscono il territorio, la suggestiva conformazione del centro storico, fatta di portali in pietra e "caratterizzato dalla prestigiosa fontana realizzata su bozzetto dello scultore di fama internazionale Pietro Cascella".

Fontanarosa è solo l'ultimo, in ordine di tempo, dei Comuni aderenti all'iniziativa. "Grazie anche al fattivo contributo del segretario Beniamino Iorio – conclude Petroccione – abbiamo voluto prendere parte a "Comuni in comune", affidandoci in questo modo ad una vetrina che darà visibilità concreta al territorio e che, innestandosi nelle altre iniziative tese a valorizzare le nostre eccellenze, ci consentiranno di fare sistema concretamente e con la necessaria continuità".