

IMPRENDITORIA

L'IDEA DI DUE RAGAZZI LUCANI

Il business delle lumache sarà «lento», ma è sicuro

Francesco e Antonio in un settore che in Italia è poco sviluppato

MASSIMO BRANCATI

● Chi va piano va sano e va lontano. Un proverbio che calza a pennello per Francesco D'Andrea, 22 anni, e Antonio Pace, 33, due giovani imprenditori lucani proprietari di un'azienda agricola produttrice di lumache. Il nome dell'impresa, per la verità, non è il mas-



IMPRENDITORI Francesco D'Andrea e Antonio Pace

simo della fantasia, ma è diretto, esplicativo: «Lumaca lucana». Il terreno dove trovano ospitalità gli invertebrati è a Sant'Angelo di Avigliano, a un tiro di schioppo da Potenza.

L'idea di mettere su un allevamento del genere nasce da una piccola ricerca di mercato da cui emergono indicazioni interessanti:

in Italia il mercato delle lumache registra un consumo di circa 400.000 quintali all'anno e il 65% del prodotto acquistato proviene dall'estero. Segno che a livello locale c'è un fabbisogno su cui incidere: «Proprio per questo dicono Francesco e Antonio, progettati già ad un futuro di filiera - cerchiamo nuovi elicotteri in tutt'Italia, dall'azienda agricola già

formata alla piccola famiglia che vuole integrare con una nuova attività il proprio reddito familiare. Forniamo tutto l'occorrente, dalle lumache riproduttrici alla rete per elicotteria e al mangime. Ci impegnamo a ritirare l'intera produzione dei nostri affilati». C'è tutto uno scadenzario nel processo produttivo delle lumache: si inizia nel mese di marzo con la sistemazione e la preparazione del terreno (aratura, fresatura e concimazione). Si prosegue con la semina nei recinti di trifoglio e bietola che saranno i principali alimenti di cui si

nutriranno le chiocciole. Ad aprile si prosegue con la costruzione dei recinti e dell'impianto di irrigazione per poi immettere le chiocciole riproduttrici. Dopo due mesi si inizieranno a vedere le prime lumache appena nate. Questo è il momento in cui l'alimentazione andrà integrata con un mangime speciale, del tutto

naturale. Da settembre a ottobre si dovrà raccolgere la propria produzione, che sarà successivamente «spurgata» per 30 giorni e messa sul mercato. «Attualmente - dicono Francesco e Antonio - abbiamo realizzato 30 recinti su circa 6.000 metri quadrati di terreno, ma abbiamo intenzione di allargare di altri 10.000 metri quadrati entro il prossimo anno. Ora le nostre chiocciole sono destinate principalmente alla gastronomia ma dopo l'estate lanceremo una linea di cosmetici». Sì, perché le lumache non sono soltanto una prelibatezza culinaria (i francesi insegnano): la loro bava, infatti, è utilizzata a piena mani dall'industria

cosmetica perché ritenuta preziosa per la pelle. Insomma, Francesco e Antonio hanno messo le basi di un business che ha tutte le carte in regola per fare centro. Senza troppi investimenti e senza troppa fatica. Ecco perché continuano a lavorare nel settore edile, Francesco con la ditta di famiglia, mentre Antonio ha un'attività di movimento terra: «Possiamo coniugare i due lavori - spiegano - perché l'elicoatura non richiede molto tempo, al massimo 2 o 3 ore al mattino e circa un'ora alla sera per l'irrigazione». Continueranno ad aggirarsi tra mattoni, picconi e ruspe. Nel frattempo, in quella distesa di verde, nelle campagne di Avigliano, cresceranno e si moltiplicheranno le loro lumache. E i loro sogni.

PRODUZIONE

Un terreno a Sant'Angelo di Avigliano è la «casa» delle chiocciole



AREA Il terreno dove si coltivano le lumache



CRESCEZZO Chiocciole nell'allevamento



PRODUZIONE La raccolta avviene da settembre a ottobre

TECNOLOGIA

Più si punta sul digitale più si esportano prodotti

Ecco gli «ambasciatori» del digitale per le imprese ci sono anche due giovani lucani, Germano e Sarli

Borsisti formati da Google e Unioncamere. L'obiettivo: supportare le aziende per il web

● Più digitale, più esportazioni. Il binomio è «certificato» da recenti studi di settore. La tecnologia e le esportazioni hanno un impatto diretto sul fatturato delle imprese: fino al 39% del fatturato da export delle imprese di medie dimensioni che sono attive online è realizzato grazie a Internet. Per rispondere a questa sfida torna anche per il 2015 il progetto «Made in Italy: Eccellenze in digitale», promosso da Google in collaborazione con Unioncamere per diffondere la cultura dell'innovazione digitale e accrescere la consapevolezza dei vantaggi derivanti da un utilizzo più avanzato del web per il Made in Italy.

Il compito di supportare le imprese nel percorso di avvicinamento al digitale è stato affidato a 128 giovani borsisti, formati da Google e Unioncamere, che per 9 mesi saranno ospitati in 64 Camere di Commercio in tutta Italia. Per la Camera di Commercio di Potenza i due borsisti sono Raffaele Germano, 27 anni, laureato in Pianificazione Territoriale, Urbistica e Paesaggistica-Ambientale al Politecnico di Torino, e Valentina Sarli, 27 anni, laurea in Trade Marketing e Strategie Commerciali all'Università di Parma. Saranno loro a sensibilizzare le imprese del Potentino rispetto alle potenzialità del digitale per i settori agroalimentare biologico, turismo e servizi ad esso collegati.

«Questo progetto cerca di colmare un vuoto nel modo in cui le Pmi approcciano all'economia globale - sott-



GRUPPO
I 128 giovani borsisti formati da Google e Unioncamere. Tra di loro ci sono i lucani Raffaele Germano e Valentina Sarli, entrambi di 27 anni

tolinea il presidente della Cciaa potentina, Michele Somma -. Salpare per il web, in cerca di nuovi lidi, rappresenta il primo indispensabile step per oltrepassare i confini ristretti e aprirsi alle nuove sfide. La positiva esperienza maturata lo scorso anno e testimoniata dagli imprenditori che hanno avuto accesso al percorso di digitalizzazione ha spinto l'Ente camerale a confermare l'adesione al progetto, che permetterà di incrementare know how, competenze e consapevolezza rispetto alla conoscenza e alle potenzialità degli stru-

menti digitali».
«C'è anche un valore aggiunto sociale e culturale da non sottovalutare, che è lo scambio di esperienze tra imprenditori, magari di medio e lungo corso, e i giovani, nella transizione al digitale - aggiunge il presidente di Forum, Antonio Sonnessa -. Ciò significa avvicinare le generazioni e innestare, auspicabilmente, in futuro, nuova forza lavoro nelle aziende, con mansioni sempre più spinte rispetto ai nuovi strumenti che permettono di comunicare e valorizzare territori, prodotti e persone».

Raffaele e Valentina, seguiti dal tutor del progetto, Daniela Marchese, si occuperanno di analizzare il livello di digitalizzazione delle reti di imprese dei settori di riferimento residenti nel territorio di Potenza, promuovendo le opportunità offerte alle imprese. Una volta raccolte le manifestazioni di interesse, passeranno poi a individuare e selezionare le imprese beneficiarie del progetto, implementando e condividendo con esse un programma di lavoro per aiutarle a cogliere le opportunità che arrivano dal web.

Igers Awards 2015
Il miglior profilo sportivo su Instagram è di una potentina

C'è una lucana tra i vincitori degli Igers Awards 2015 consegnati il 27 giugno a Milano per il quinto instameet italiano, organizzato dalla community @igersmilano in occasione di Expo 2015. I premi hanno segnato il clou dell'evento che per tre giorni ha condotto per le vie di Milano iers (fotografi digitali appartenenti alla community Instagram) provenienti da tutto il mondo (tra cui il fondatore di Instagrammers Phil Gonzalez) alla ricerca dello scatto perfetto, inseguendo la loro passione per la fotografia. Tra le 17 categorie premiate @lostudiouno, profilo Instagram de «lostudiouno» pilates di Valentina Vaccaro. La giovane potentina è risultata la più votata dagli iscritti al popolare social network di fotografia ottenendo 938 voti su 3180 e superando in consensi anche l'Ac Milan. Il suo profilo Instagram è stato così decretato vincitore come miglior profilo sportivo italiano.

