

# Produrre in Cina, risparmio tra il 40 e 60 per cento

## ECONOMIA

– Chi fa per sé, fa per tre. Recita un vecchio adagio. Luigi Guagneli, professione progettista, dopo nove mesi di lavoro, screma un'azienda da un lotto di 130 nominativi. Oggi, le aziende cinesi che producono le sue macchine per la bellezza sono una trentina; ha altri fornitori in Corea e Thailandia. Siamo nel 2004, l'azienda pesarese per la quale lavora è contraria a spostare la produzione in Cina. Cerca di resistere, di tenere la produzione in Italia. Ricorda il misanese: "Avevamo due opzioni: o seguire i nostri competitori, o la paura di perdere quote di mercato. Così si decide di tentare la carta Cina. Dirlo è facile, concretizzare è abbastanza arduo. Decidiamo però la politica della cautela, dei piccoli passi".

"Non sapendo da dove partire – continua Guagneli -, utilizziamo una risorsa dalle enormi potenzialità: Internet. Dopo una lunga ricerca metto insieme un pacchetto di 130 nominativi; una trentina me li fornisce l'Ice (Istituto del commercio estero) presente in una città cinese. Le 130 iniziali, dopo un'attenta analisi, vengono assottigliate a 15".

"A questo punto – prosegue il cinquantenne – prendo l'aeroplano e vado a verificare di persona la qualità, la serietà, l'affidabilità. I cinesi sono gentili e premurosi. Dopo l'ennesima valutazione, i potenziali fornitori si riducono a tre. Ci facciamo fare i preventivi. Ne scegliamo una. I nostri costi del prodotto finale si abbattano tra il 40 ed il 60 per cento".

Guagneli è un libero professionista. A Pesaro ha una società di progettazione che si chiama "Xaniproget". Oltre che apparecchiature per l'estetica, progetta forni da barbecue e

particolari di mobili. Fino a 40 anni è stato dipendente di un'azienda che produceva strumenti musicali e impianti di amplificazione. A chi gli chiede le ragioni del mettersi in proprio, dice: "Non è rischioso come farlo a 20 anni. A 40 si è maturi, si hanno i contatti. Insomma, è un po' più semplice".

Il marchio pesarese di centri estetici è leader in Italia ed esporta oltre il 50 per cento della produzione. Ha circa 220 addetti e fattura 40 milioni di euro. Oltre agli strumenti come phon, tosatrici elettriche, fornelli per scaldare cere per la depilazione, produce anche la chimica. Quest'ultima però solo in Italia; ha un laboratorio dedicato di ricerca e sviluppo forte di una decina di unità. Ancora, una volta è la ricerca a premiare le realtà che funzionano.

Ma come si fa a controllare la qualità delle merci. Guagneli: "Per conservare la qualità dei prodotti ci vuole un grosso lavoro di controllo, come ci si rilassa la qualità cala. Noi vogliamo una produzione da standard europei e normalmente è così. C'è un doppio controllo al momento della spedizione dalla Cina e all'arrivo. In Cina avviene questo. Il nostro partner ci manda una fotografia con la nostra merce sul pallet. Io indico quale verificare e con l'ausilio della web cam si svolge la verifica".

In un anno, Guagneli torna in Cina 3-4 volte. A chi gli domanda quanto è cambiato il paese argomenta: "Moltissimo. Trovo continui cambiamenti: nuove strade, nuovi palazzi. Le loro ultime aree industriali sono di prim'ordine: molto verde, strade ampie, con giardini e fiori ben tenuti".

La Corea è altrettanto in gamba, ma più costosa della Cina. Rispetto all'Italia il manufatto finale costa il 20 per cento in meno.

---

# Oliviero, e-commerce da 3 milioni di euro

## FARE IMPRESA

– Le sfide della modernità, delle nuove tecnologie, del futuro, si affrontano con l'umanità e la velocità. L'avanzata Internet va bene ma un colpo di telefono è la classica ciliegia sulla più classica torta. Sono i segreti del successo dell'e-commerce di Oliviero Abbigliamento. Numero uno in Italia come grande magazzino e leader in Italia per il commercio elettronico. Ricavi per oltre tre milioni di euro, impiega una quindicina di persone, con un'età media abbondantemente sotto i trent'anni. Il più "vecchio", Nicola Valentini, marketing manager, ne ha 38 e viene dal fenomeno delle Winx, le famose fatine di Loreto che hanno conquistato i mercati mondiali.

L'e-commerce di Oliviero inizia un decennio fa, agli albori da una intuizione del Sig. Oliviero Muccini. I primi passi furono dotarsi di un sito che era più che altro una vetrina per i nascenti appassionati. Poi, come tante altre aziende, sull'onda dell'entusiasmo e di nuove frontiere si è iniziato a vendere. Farlo su Internet richiede un'attenta organizzazione e investimenti in comunicazione importanti. E, potrebbe non sembrare vero, i diritti del consumatore sono molto più tutelati con gli acquisti online, che nel classico negozio. Chi vende ha l'obbligo di ritirare la merce entro 10 giorni anche senza motivazioni, ma soltanto perché non piace.

L'e-commerce targato Oliviero significa abbigliamento (classico, infanzia, sportivo, taglie forti), calzature, grandi firme, elettronica, attrezzature per il fitness, cestoni natalizi. I clienti si trovano in almeno due modi. L'azienda ha nel proprio data base circa mezzo milione di indirizzi, ai quali vengono fatte delle proposte commerciali con la cadenza di alcuni giorni.

Poi ci sono gli utenti che “da soli” vanno a cercare le offerte sul sito, su facebook, su twitter, nei vari motori di ricerca. Mediamente gli utenti giornalieri che visitano le suddette pagine sono circa 30.000, che salgono sulle 70.000 in corrispondenza delle offerte.

Numeri eccezionali, che potrebbero essere “spesi” anche in altri settori. Un esempio forte in questa via, è un’operazione di co-marketing in via di definizione tra Oliviero e-commerce ed i bagnini misanesi. In cambio della visibilità sul sito, i bagnini regalano ombrellone e lettino per un fine settimana. Afferma Valentini: “E’ nostra intenzione effettuare altre iniziative con partner del nostro territorio. Come azienda già lo abbiamo fatto in ambito nazionale con Coop, Banca intesa, Linear. Per restare a livello locale, ci sono rapporti con Riccione Bike; i 14 alberghi portano 70.000 turisti a maggioranza stranieri. Dallo scambio di relazioni ed idee insieme si fanno passi avanti, senza costi aggiuntivi per nessuno”.

La velocità è un altro dei fattori di successo. Le risposte vengono date nell’arco di un giorno; mentre in due giorni avvengono le consegne.

Il fattore umano si diceva è la chiave di volta. Il Servizio clienti è il fiore all’occhiello. “Gestiamo richieste di assistenza e di informazioni, dice Sara, 27 anni. La telefonata più strana? Una signora che piangendo voleva a tutti i costi le informazioni per entrare nella Giuria di Sanremo”. Afferma Stefano, 24 anni, responsabile del social network di Oliviero, forte di 3.500 fan: “Dialoghiamo insieme, diamo sempre le risposte e per rafforzare correttezza e senso di servizio lasciamo le critiche, sempre però con le relative spiegazioni. Vogliamo essere autentici”.

Dunque, cliente sempre al centro. Racconta Monica: “A Natale abbiamo telefonato per spiegare, e scusarci, con i tanti che ci avevano ordinato i cesti natalizi. Il partner tecnico al quale li avevamo commissionati, aveva esaurito le merci. Ci siamo ritrovati con molte arrabbiate, era il 23 dicembre, ma abbiamo dimostrato responsabilità”.

Tra i progetti d'espansione futuri dell'azienda misanese, è entrare nell'e-commerce delle grandi firme con un altro brand.

---

# Rifiuti e sicurezza, Ecosolutions risolve i problemi

## L'AZIENDA

– Ecosolutions. È al plurale, non a caso. Come il signor Wolf, celebre personaggio del film di Tarantino Pulp fiction: loro risolvono problemi. E i problemi, con rifiuti e sicurezza sul lavoro, non mancano mai. Una foresta di leggi e regolamenti nella quale loro si orientano senza difficoltà: dall'inquinamento ambientale alle norme sulla sicurezza, dal nuovo sistema di tracciabilità rifiuti SISTRI, allo smaltimento di materiali inquinanti. Sanno come liberare le aziende dalle pastoie burocratiche e snellirne l'attività, per non sprecare energie e risorse.

Ecosolutions sono loro tre: Renato Nicolini, Paolo Russo e Stefano Selva, più una schiera di collaboratori. Non semplici consulenti, ma tecnici che nel settore industriale ci hanno lavorato, ne conoscono i meccanismi e, soprattutto, sanno dove si annidano i problemi. Per poi risolverli.

Tre elementi: acqua, aria, rifiuti. Si parte da qui. Ogni azienda, specialmente nel settore produttivo, ha degli scarti, soprattutto dalla lavorazione dei materiali. Scarti che possono essere risulter di eccesso, gas da forni o prodotti chimici, acque per il lavaggio o il trattamento durante il processo di lavorazione o semplici materiali non più funzionanti. Per la gestione di tutto questo ci sono regole

molto rigide e sanzioni pesanti per chi non le rispetta. “Per esempio – racconta Stefano – un meccanico che appoggia per terra una batteria scarica e se la dimentica. Se viene un controllo sono migliaia di euro di multa. Spesso non è la volontà di trasgredire alle norme per risparmiare sui costi ma l’ignoranza di un certo tipo di leggi”. Per questo ci sono loro.

Ecosolutions offre consulenza alle aziende, dalle fabbriche alle piccole partite iva, per gestire tutto quello che riguarda i rifiuti, le emissioni, gli scarichi e la sicurezza sul lavoro. Lo fanno seguendo passo passo l’impresa, da quando diventa cliente Ecosolutions fino a portarla ad ottimizzare tutto il sistema, per renderlo efficiente ed economico. I consulenti Ecosolutions sono sempre a disposizione, ogni giorno, per risolvere qualunque esigenza.

La serietà e competenza si spiega bene già dal primo approccio. Ecosolutions propone infatti ai nuovi clienti uno screening dell’azienda. Un quadro analitico di quello che serve per essere in regola, dai permessi e autorizzazioni alla presenza dei cartelli per la sicurezza sul lavoro.

Proprio come farebbero gli ispettori dell’ARPA o dell’ASL, senza multa però, anzi proprio per evitarle. Si stabiliscono poi visite di controllo a intervalli regolari, da concordare con il cliente, per far sì che sia sempre tutto in regola ed evitare brutte sorprese.

L’aggiornamento continuo è la forza di questo team, perché è fondamentale sapere come cambiano le leggi e come far fronte a tutto quello che le autorità amministrative e di controllo richiedono. Un esempio molto attuale è quello del Sistri, il registro della tracciabilità dei rifiuti gestito in maniera telematica che sta creando parecchi grattacapi alle imprese. Anche in questo “nuovo settore” Ecosolutions è preparata e competente. Tante aziende hanno già messo in mano loro l’amministrazione di questo futuro sistema di gestione.

E poi ci sono le idee. Non tutti sanno che i rifiuti e gli scarti possono essere una nuova risorsa, da riutilizzare o vendere ad altri. “Il migliore esempio è quello del falegname

che produce segatura. Che poi deve smaltire. Pagando per questo un costo. Se invece utilizza la segatura per produrre energia, risparmia due volte: sul riscaldamento e sullo smaltimento”.

Pochi concetti, quasi banali. Fonti energetiche e risorse a km zero e costo zero. È anche per questo, per le idee e il saperle mettere in pratica che Ecosolutions, in appena quattro anni, ha raccolto oltre un centinaio di clienti. Soprattutto grazie alla conoscenza delle nuove tecnologie ambientali (Bat: Best agreement technologies) che possono sviluppare al cubo le potenzialità di ogni realtà imprenditoriale.

Uno dei punti di forza è certamente la formazione del personale, perché ogni azienda deve avere la possibilità di camminare con le proprie gambe. Ecosolutions organizza inoltre corsi di formazione per la gestione ambientale, antincendio, operatori di macchinari e tutto ciò che è connesso alla sicurezza sul lavoro, all'inquinamento di ogni tipo, anche acustico e all'igiene degli alimenti.

In definitiva quanto incide tutto questo nel bilancio di un'azienda? Perché vale la pena fare riferimento a tecnici specializzati come quelli della Ecosolutions? “Incide tanto, anche nell'ordine di decine di migliaia di euro. Perché non si tratta solo del risparmio in bilancio, in termini di costi di smaltimento o di riutilizzo di materiali.

Se da un controllo emergono irregolarità le multe sono salate. Il non corretto trattamento di rifiuti o sostanze inquinanti può avere rilevanza penale e mettere a rischio anche l'esistenza stessa di un'impresa”. Ecosolutions crede molto nel lavoro che fa e nell'aiuto che si può e si deve dare all'ambiente in cui viviamo.

---

# Ifi, una delle venti eccellenze di Farnesina Design

## AZIENDE

– La funzione. La bellezza. L'indistruttibilità. Rappresentano le conoscenze che hanno fatto grande nel mondo il design made in Italy. E sono tutte presenti nella "Tonda", una vetrina gelato dalle linee perfette, che si "gira" con un pedale. Esportata in 50 nazioni, è il fiore all'occhiello dell'Ifi di Tavullia, leader europea nella produzione di banchi bar e vetrine per gelato.

Fa parte della Farnesina Design; un progetto che raccoglie venti eccellenze del Made in Italy. La progettazione pesarese è in buona compagnia: Artemide (lampade), Venini (cristalli), Ducati, Elica (cappe aspiranti). Il ministero degli Esteri utilizza i marchi come ambasciatori del Made in Italy nel mondo. In febbraio li ha portati a Tel Aviv (Israele), nel 2010 a Istanbul (capitale europea della cultura), Sudafrica (mondiali di calcio), Vancouver (Olimpiadi invernali).

Progettata dal designer italo-giapponese Makio Hasuike (allievo del Politecnico di Milano), la Tonda ha mietuto una lunga serie di riconoscimenti: Confindustria awards for excellence nel 2006, premio Europeo per l'innovazione nel 2008, nello stesso anno segnalazione per il Compasso d'oro (il Nobel per i designer).

E' stata raccontata e portata sui mercati da un altro fuoriclasse della comunicazione italiana, Michele Provinciali. Per lui era una nuvola colorata che toccava i bambini del mondo.

Se la "Tonda" è funzionalità e bellezza, la madre Ifi è organizzazione, innovazione e serietà. Da alcuni anni la guida Gianfranco Tonti, un cattolichino. L'azienda nel 2010 ha fatto un balzo in avanti del 10 per cento; in questo momento fanno



gli straordinari. Ma un altro marchio di Ifi Industrie, Rossi Dimension, sempre di Tavullia, utilizza la cassa integrazione. Insomma, nulla di facile sotto il sole, soprattutto in questo periodo di crisi economica per l'Italia e l'Occidente. Racconta Tonti: "Io mi chiedo che cosa fare per continuare a produrre in Italia? Nella domanda però ci sta il riconoscimento del valore delle nazioni emergenti, Cina, India, Brasile. Noi non possiamo che puntare sulle eccellenze. Dobbiamo creare brevetti, utilizzando il meglio del Paese, designer, università, capacità artigianali, fornitori che lavorano con la stessa passione e stesso impegno".

"Noi – continua Tonti – cerchiamo di contaminare coloro i quali ogni giorno condividono i nostri valori: la qualità e la serietà verso l'interno e l'esterno dell'impresa. Siamo tutti nella stessa barca e abbiamo il dovere di remare nella stessa direzione".

Una delle linee guida di Ifi Industrie è il rapporto con le Università. Collabora con Urbino, Fabriano e il Politecnico di Milano. Per cercare di aiutare l'ateneo urbinato in difficoltà finanziarie, ha devoluto l'8 per mille insieme ad altre imprese del territorio: Fiam, Aeffe, Piero Guidi, Tvs, Dondop. Invece, la stella polare è l'innovazione. Dagli anni '60 ad oggi ha rivoluzionato i banchi bar: saldatura ermetica degli acciai, gocciolatoi, sportelli a chiusura magnetica, refrigerazione ventilata. L'ultima novità è stata portata al Sigep di Rimini Fiera lo scorso gennaio. Una vetrina gelato con soluzioni tecniche assolute. Completamente trasparente, la chiusura è totale: il pannello scompare nel lato posteriore. Le linee, nella tradizione Ifi: sinuose e perfette.

---

# Spigolature degli Scrondi

**Fiera della gnocca romagnola** – Leggiamo: “Riccione si promuove e va in vetrina ad Anversa” – “Riccione conquista la fiera di Helsinki”. Sole, mare, enogastronomia. Dopo lo scandalo Minetti e amiche, si attende la fiera della gnocca romagnola. La faranno ad Arcore?...

**Povero Babbo Natale...** – Leggiamo: “Nel sacco dei Babbi Natale veleni e polemiche politiche”. Alé! Anche Babbo Natale nel tritacarne dello squallore del nulla partitico. Non c'è più religione!...

**Il musicista** – Leggiamo: “Da musicista a spacciatore: arrestato”. Ecco una musica stupefacente...

**Fondo** – Leggiamo: “L'annuncio del sindaco Pironi: ‘Sull'atollo arriveremo sino in fondo’”. Scusi signor sindaco: in fondo o... a fondo?...

**Protestar ridendo** – Leggiamo: “Tutti in scena per salvare il parco del Tirso. I Comitati: ‘Show ironico sulle scelte nefaste della giunta Pironi’”. Finalmente un protesta dove non si urla ma si ride. Basterà?...

**Grilli e grillini** – Leggiamo: “Sondaggio dei grillini, giunta bocciata. Scarsi anche i giudizi sull'operato degli assessori. E non si salva neanche l'opposizione”. Si dice che al sindaco Pironi, dopo avere appreso l'esito del sondaggio, gli siano passati tutti i grilli che aveva in testa...

**Cosa pubblica e idiozia privata** – Leggiamo: “I vandali si scatenano al parco della Resistenza. Diverse recinzioni, danneggiati recipienti per l'immondizia e lampioni”. Quando si capirà che la cosa pubblica è di tutti? Nel frattempo le idiozie di pochi le paghiamo tutti con maggiori tasse...

**Occhiali** – Leggiamo: “Ladri a colpi di mazza spaccano la

vetrina e fuggono con gli occhiali". Cosa non si farebbe quando ti si annebbia la vista...

**Tariffe asili** – Leggiamo: "I sindacati contestano: 'Tariffe asili, aumenti ingiustificati'". Forse la giunta comunale pensa che i bambini già dalla tenera età devono capire che nulla è dovuto e che tutto ha un prezzo...

**Caro immondizia** – Leggiamo: "Caro immondizia, monta la rabbia di baristi e ristoratori. Aumenti fino al 9%". Ormai costa più smaltire l'immondizia che cenare in un ristorante di lusso...

**Matrimoni** – Leggiamo: "In 'fuga' dall'altare, le coppie scelgono il Comune. Nel 2010 i 'sì' in municipio sono stati 54 contro i 45 in chiesa. Il parroco di San Lorenzo: 'Situazione preoccupante'". Tra poco i parroci inventeranno il 3x2...

**Digitale** – Leggiamo: "Digitale, sono ancora centinaia le tv in tilt". Questo digitale più che terrestre è diventato extraterrestre...

---

# Ilaria Alpi, 40 guerre indignanti

## IL LIBRO

di Pietro Cavallaro

– Alla fine del 2010 è stata pubblicata la seconda edizione dell'"Atlante delle guerre e dei conflitti del mondo", ideato e progettato dall'Associazione "46° Parallelo" di Trento, dal Premio giornalistico Ilaria Alpi di Riccione per l'editrice Terre Nuove di Firenze.

Non mi è semplice identificare gli aggettivi utili a definire

questo volume. Tuttavia ci provo brevemente.

Uno. E' bellissimo perché contiene splendide immagini ed è ideato e impaginato in modo da essere consultato facilmente.

Due. E' sconvolgente perché un unico volume riunisce una quarantina di conflitti e guerre molto spesso dimenticate e poco appariscenti sui media nazionali e internazionali; mi vengono i brividi solo a pensare alla situazione che vivono milioni di persone.

Tre. E' completo nelle informazioni per la sua sinteticità utilizzando solo due pagine per ciascun conflitto individuando per ognuno le cause scatenanti.

Quarto. E' un ottimo strumento di conoscenza, di informazione e di formazione culturale che, se ben utilizzato ad esempio dalle scuole, può aiutare a discernere e a meglio comprendere le varie situazioni conflittuali.

Quinto. Infine, almeno in me stesso, è capace di suscitare tristezza oltre che indignazione perché l'uomo pur avendo la capacità, le possibilità e il desiderio di vivere in pace, si lascia invece trascinare nelle violenze più odiose e distruttive.

Aver presente tutto ciò può forse contribuire a che ciascuno di noi persegua finalmente una vera via di pace.

Il volume è reperibile a Riccione presso il Block 60 oppure presso la villa Lodi Fè, Premio Ilaria Alpi.

---

## La bellezza di un pranzo

### COMUNITA'

Era rivolto a chi per vari motivi si trova in situazione di disagio. Hanno pranzato insieme la vigilia di Natale, nel tendone presso la parrocchia di San Martino, oltre 200 persone insieme ai volontari della CRI, delle Caritas e di numerosi

preti delle parrocchie cittadine. Il pranzo, davvero ottimo, a base di pesce, è stato da tutti molto gradito.

L'intenzione degli organizzatori è di andare al di là del cosiddetto "pranzo dei poveri" che può giustamente suonare anche offensivo, per approdare a quello che effettivamente è: un pranzo conviviale fra amici che viene offerto da chi si trova sulla sponda della fortuna; naturalmente come segno di volontariato e di solidarietà, di cui la nostra città è ben fornita e di cui andiamo fieri. Contiamo di ripetere questo "segno" anche nel futuro con l'intento di far partecipare anche chi quest'anno non ha potuto o voluto o, semplicemente, saputo.

**Croce Rossa e Caritas Riccione**

---

## **Libri, un riccionese a Fahrenheit**

L'ultima soddisfazione risale a metà dello scorso gennaio. Dal 10 al 14, è stato chiamato a leggere i suoi sentimenti, uno al giorno, in uno dei programmi più prestigiosi di Radio3. Si tratta di Fahrenheit, una trasmissione che racconta di libri in modo semplice e leggero. Come dovrebbe essere, perché come si legge nel famoso passaggio biblico dell'Ecclesiaste, neppure i saggi che pur dicono di sapere, trovano il senso della vita.

---

# Solidarietà, una scuola per il feltro

## SOLIDARIETA'

– Nel maggio 2010 un gruppo dell'Associazione riccionese Amici dell'Albania ha visitato per l'ennesima volta la città di Saranda, con l'obiettivo di concludere un progetto di aiuto per quelle popolazioni, specialmente delle zone rurali, che ancora oggi hanno molti problemi da risolvere, mentre la città sembra ormai avviata ad un clima di benessere tangibile e abbastanza generalizzato.

Il presidente Pietro Cavallaro ha ritenuto fondamentale l'aiuto e il consiglio delle Suore Marcelline di Saranda, guidate da suor Daniela. Con loro si è concordato di visitare due villaggi dell'interno, Berdenesh e Shendellì, di cui è stata rappresentata una problematica comune, cioè quella di due piccole scuole elementari.

In particolare a Shendellì (Sant'Elia), dove sorge un antico monastero bizantino del 1200, esiste una piccola scuola, dove vengono raccolti diversi bambini della zona, anche per il doposcuola, sotto la guida delle suore e con la collaborazione di qualche insegnante, e di un gruppo di donne che sostengono la scuola attraverso la gestione di un negozietto di souvenir per turisti nel sito archeologico di Butrinto.

Queste donne, anche con l'aiuto di alcuni figli, producono piccoli oggetti artigianali, e l'idea di suor Daniela è stata quella di insegnar loro di nuovo un'arte antica, diffusa anche in quelle zone, ma ormai perduta: la produzione del feltro, un articolo oggi molto richiesto perché tornato di moda, ma soprattutto ricavabile da quantità di lana ovina che ormai viene gettata via a causa del basso prezzo, in una zona dove ancora molte sono le pecore e capre allevate. Quindi una materia prima quasi a costo zero, e lavorabile con attrezzature elementari ed a bassissimo costo.

L'Associazione, insieme all'assessore di Riccione Sara Visintin, si è presa l'impegno di finanziare il progetto e di trovare le soluzioni per poter insegnare alle donne la perduta arte del feltro, per produrre articoli da rivendere ai turisti ed aiutare così la vita della scuola.

I riccionesi, facendo ricerche, hanno scoperto che a Cesena esiste la Scuola nazionale di merceria, che svolge corsi nelle varie materie attinenti, fra le quali anche la produzione e l'utilizzo artigianale del feltro: ed ecco lo slogan "una scuola per il feltro, il feltro per una scuola".

Però occorrono dei volontari che siano disposti ad imparare e poi trasferire le conoscenze alle donne di Shendellì. Il passo avanti lo fanno Sara Cavallaro, una delle figlie di Pietro, e Alessandra Franchi, una trentina trapiantata a Bologna e amica di Sara. Dovranno essere accompagnate al corso a Cesena, ma soprattutto in Albania per un periodo, nel corso dell'inverno, durante il quale le donne del villaggio possano imparare l'arte e poi avere il tempo di produrre gli articoli da mettere in vendita in primavera/estate prossime. Per questo ci sono i soliti Pietro Cavallaro e Pier Carlo Bilancioni.

Sara e Alessandra non solo hanno frequentato il corso, ma hanno convinto anche l'insegnante Alessandra Farneti ad andare con loro in Albania!

Il cerchio si è chiuso, grazie al fondo disponibile dell'Associazione, ad un altro fondo già messo a disposizione di duor Daniela dal Rotary Club Riccione Cattolica, e dallo stanziamento del Comune di Riccione.

**Associazione Riccione Amici dell'Albania**

---

# Aglione, il principe del soffritto

## Gli itinerari della buona tavola

– La tradizione vuole che l'aglio, il principe dei soffritti, venga interrato in novembre.

Ma i ritardatari hanno anche tutto febbraio e marzo per l'operazione. Quest'ultimo periodo è particolarmente adatto per coltivazioni in terreni tenaci o compatti, nei climi a inverno rigido e per la produzione di aglio da conservare. Al posto dei semi si preferisce interrare i bulbi perché in questo caso si garantisce un'uniformità di crescita e di produzione.

Nel terreno lavorato si dispongono, in singole buchette, gli spicchi e si ricoprono leggermente. L'aglio è una specie che non presenta particolari esigenze alimentari. È sempre meglio non concimare con sostanza organica prima dell'impianto perché il bulbo si può facilmente alterare. Durante tutto il periodo di coltivazione si interviene con qualche semplice sarchiatura per interrompere l'evaporazione dell'acqua dal terreno ed eliminare le infestanti.

Non è indispensabile rincalzare, l'irrigazione è dannosa, anche in condizioni stagionali asciutte, perché l'umidità del terreno potrebbe causare alterazioni alla parte sotterranea in fase di crescita. In particolare l'aglio non va mai irrigato in prossimità della raccolta, soprattutto per impedire il pregermogliamento dei bulbi e per favorire una buona conservazione del prodotto.

La raccolta si effettua quando tutte le foglie sono completamente secche. Per le varietà precoci questo può avvenire già in maggio, mentre per quelle più tardive può protrarsi anche fino ad agosto.

Lo sradicamento dei bulbi negli orti familiari avviene manualmente (usando entrambe le mani) prendendo la pianta alla



base del fusto, o aiutandosi con la forca per sollevare il terreno.

### Aglione e medicina

La moderna medicina riconosce all'aglio una spiccata azione ipotensiva. Nel Medioevo, durante le ricorrenti e gravi epidemie, i medici usavano maschere imbevute di aglio per visitare i loro pazienti e proteggersi, in qualche modo, dai pericoli di infezione. L'odore poco gradevole di questa specie faceva dire agli inglesi del Settecento: "Non permettiamo che faccia parte dei nostri cibi per la sua intollerabile puzza". Hanno cambiato idea.