

ARROSTICINI UNA MANIA? ASSOCIAZIONE REGIONALE PRODUTTORI: “IDENTITÀ E OPPORTUNITÀ”

10 Marzo 2021



PESCARA – Non solo un’identità fortemente radicata nelle tradizioni gastronomiche del territorio, ma anche una preponderante fetta del sistema economico della regione. La stretta connessione tra l’Abruzzo e l’arrosticino non è da mettere in discussione. Almeno secondo l’associazione dei Produttori dell’arrosticino d’Abruzzo, fondata nel 2018 e in questi mesi all’opera per ottenere dal Mipaaf, il ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, il riconoscimento del marchio Igp.

Dopo le affermazioni dell’antropologa **Lia Giancristofaro** che ha definito l’arrosticino “**una mania identitaria specie tra i giovani, un autoriconoscimento, una spilla al valore**”, *Virtù Quotidiane* ha interpellato l’associazione che riunisce una ventina di produttori e che è nata proprio con l’obiettivo di tutelare l’arrosticino abruzzese, valorizzare il settore e attraverso l’ottenimento del marchio Igp, trasformare il prodotto in un vero e proprio brand bandiera della regione.

“Ogni anno l’arrosticino vale oltre un miliardo di euro, tra diretto e indotto, con quasi 4 mila addetti”, dice a *Vq* il presidente dell’associazione **Lorenzo Verrocchio**, giornalista, cultore

delle tradizioni enogastronomiche. “Ci sono 2.500 attività solo nella ristorazione e almeno 40 produttori strutturati a cui si aggiungono le piccole macellerie. L’arrosticino rappresenta l’unica speranza di introdurre la filiera zootecnica ovina nella nostra regione. Qui abbiamo circa 270 mila capi ovini utilizzati esclusivamente a scopo di latte”.

E oltre al fattore economico, per Verrocchio ad avvalorare la forte radicazione nella identità ci sono anche le prove documentali. Risale al 1923 la prima licenza rilasciata dal Comune di Villa Celiera per la produzione di arrostiticini. “Come associazione abbiamo cercato di fare un’indagine storica il più approfondita possibile. L’Abruzzo paga il limite di non aver fatto pubblicazioni ed editoria e tutto ciò che è stato trasmesso almeno fino alla fine del 1800, inizi del ‘900, intorno alla cultura dell’arrostiticino è stato frutto di una tradizione orale”, specifica.

“Ho letto l’analisi di un’antropologa di fama come Lia Giancristofaro, accademica dell’università d’Annunzio, che in parte condivido, ma nel passaggio in cui si parla di arrostiticino come struttura sostitutiva di un’identità che non esisterebbe, non posso accogliere questa valutazione – commenta ancora – . Voglio citare l’antropologo **Claude Lévi-Strauss** che affermava che il cibo in una società è il linguaggio nel quale la società si traduce inconsciamente e crea le proprie strutture. In una terra come l’Abruzzo, che ha nella origine agro-pastorale un elemento fondante della propria cultura, non si può non affermare che l’arrostiticino e ciò che è legato all’allevamento e alla pastorizia rappresentino qualcosa di estremamente importante”.

“L’arrostiticino è un brand di tutto l’Abruzzo, è riconosciuto e riconoscibile come un tratto identitario della cultura alimentare. Se i giovani si riconoscono in qualcosa e utilizzano l’arrostiticino come uno strumento di socialità ben venga – conclude Verrocchio -. L’arrostiticino è il simbolo della nostra tradizione agropastorale, un prodotto della memoria ed è anche una grande opportunità per il nostro territorio”.