



di Sergio Gallo

RIPARTE LA PUBBLICAZIONE DI **AGRIFOGLIO**, GIUNTO AL **SESTO ANNO**. DA BOLLETTINO A RIVISTA, UN PRODOTTO EDITORIALE CHE CONSOLIDA IL SISTEMA DEGLI STRUMENTI DELL'AGENZIA PER IL CONFRONTO CON IL TERRITORIO ED IL TRASFERIMENTO DELLE CONOSCENZE.

La copertina del primo numero di Agrifoglio



Ancora **CARTA,** **ANCORA** penna

“**D**ivulgare è rendere noto a tutti o a molti... rendere accessibile a un maggior numero di persone, per mezzo di un'esposizione non eccessivamente tecnica... quanto si è venuto a sapere. Ed è quello che ogni giorno qui, all'Asia, cerchiamo di fare”. Cominciava così, partendo dalla citazione del dizionario Devoto-Oli, “Carta e penna”, il primo editoriale di *Agrifoglio*. Era la **primavera del 2004**, il numero 1: sedici pagine più la copertina, 2.000 copie, per un'esperienza editoriale che entusiasmava e che pure era piena di incognite, specie per una pubblica amministrazione.

Con la difficoltà aggiunta di fare buona informazione senza cadere nel trabocchetto del prodotto autoreferenziale. Un “bollettino”, si diceva. Oggi, una vera rivista. Solo al terzo numero di quello stesso primo anno le pagine di *Agrifoglio* già diventavano 24. Sempre più numerosi gli argomenti di cui parlare, le novità da comunicare. Molti specialisti del settore, anche esterni all'Agenzia, chiedevano di intervenire: nel tempo, gli autori della rivista sono arrivati a 200, a 800 gli articoli e le notizie pubblicate.

Quest'anno, il sesto consecutivo, con la rivista raddoppiata rispetto all'origine, 32 pagine e 4.000 copie sono “strette”. Mutano gli scenari locali e internazionali, prende corpo il Programma di Sviluppo Rurale della Regione Basilicata, e le imprese agricole lucane cercano informazioni sulle innovazioni, sulla qualità, e puntano alla competitività sui mercati. Sempre nuovi autori, tecnici e specialisti, propongono allora nuove questioni, possibili soluzioni, segnalano emergenze, individuando in *Agrifoglio*

un luogo di confronto, di crescita professionale e del territorio. La regolarità della pubblicazione, il consolidarsi del rapporto con i lettori, hanno suscitato anche l'interesse di alcune aziende, che propongono inserzioni pubblicitarie.

Una scelta difficile, quella di **aprirsi alla pubblicità**, ma per noi necessaria.

Per consentire di contenere le spese di pubblicazione e spedizione, e aumentare la tiratura della rivista e il numero delle pagine, offrendo così sempre nuovi servizi ai lettori.

Prendiamo ancora carta e penna, allora. Per condividere ciò che sappiamo, e per ascoltare, comprendere e diffondere ciò che altri sanno. E far sì che gli imprenditori si formino delle opinioni fondate, che li aiutino a prendere buone decisioni.

Questo “**approccio partecipativo**” è l'essenza stessa del concetto di divulgazione agricola al quale ci ispiriamo. Un approccio secondo il quale, come dicono alcuni esperti ripresi, tra gli altri, da uno studio dell'Inea, l'Istituto Nazionale di Economia Agraria, “...l'azione della divulgazione agricola si esercita con le persone e non per loro: aiutandole a diventare più autonome ossia non dipendenti da altri. Tende a rendere le persone protagoniste nella rappresentazione, e non semplici assistenti di scena o spettatori...”.

E' l'insegnamento delle “**Cattedre ambulanti**” dei primi del '900, ancora vivo seppur aggiornato nelle sue modalità di espressione. *Agrifoglio* è una di queste. Così, e con gli altri strumenti dell'Agenzia, cercheremo di rendere sempre più efficace per il territorio lucano la condivisione delle esperienze e del sapere. ■