

COVID: LA CRISI DELLA CERAMICA DI CASTELLI, 'SVOLTA L'E-COMMERCE, BELLEZZA NON PUO' MORIRE'

29 Aprile 2021



TERAMO - "In un anno di pandemia qui a Castelli abbiamo lavorato sì e no quattro mesi, per tutti gli altri siamo rimasti di fatto isolati dal mondo, fermi, senza i turisti, che sono il nostro ossigeno. È stata e resta tuttora dura. L'unica speranza è il pensiero che la bellezza non può morire, che la nostra tradizione della ceramica non può non avere un futuro".

Risuonano nel silenzio, al microfono di *Abruzzoweb*, in un uggioso pomeriggio di aprile, le parole di Antonio Censasorte, titolare da decenni di una delle tante botteghe di ceramiche artistiche di Castelli, in provincia di Teramo, una delle capitali mondiali di un'arte antica di secoli fatta di terra, fuoco, pigmenti e immenso talento tramandato di generazione in generazione. E che avuto ulteriore ribalta con l'esposizione a Natale scorso, in piazza san Pietro a Roma, del presepe monumentale realizzata tra il 1965 e il 1975, da docenti e allievi dell'Istituto d'Arte F.A. Grue.

Castelli, duramente colpita dal sisma del 2009 e poi da quello del 2016 e 2017, con la ricostruzione bel al di là da venire, da sempre aggrappata ai piedi del superbo monte Camicia, deve così ora aggrapparsi anche alla speranza, dopo un anno di pandemia e desertificazione economica, non solo di rivedere i turisti a frotte, ora che l'Abruzzo è tornato zona gialla, ma anche che possa trovare presto attuazione il progetto di realizzazione di una piattaforma di vendita on line delle straordinarie creazioni delle decine di artigiani e botteghe. E ancora che vengano presto erogati i finanziamenti statali previsti in un progetto di legge allo studio dell'inter-gruppo parlamentare insediato a dicembre per le città della ceramica artistica e tradizionale con l'adesione di circa trenta deputati, tra cui leghista teramano Antonio Zennaro.

A illustrare problemi e speranze della sua comunità è il sindaco di centrosinistra di Castelli, il 33enne Rinaldo Seca, rieletto ad ottobre per il suo secondo mandato.

“Per la nostra produzione delle ceramiche questo anno terribile si è sommato ad un decennio terribile, tra terremoti nevicate record, lavoratori inagibili. L’economia del nostro territorio è molto provata. Ma dobbiamo avere la forza di reagire”, spiega il primo cittadino.

Nei giorni scorsi si è tenuta una importante riunione con i vari artigiani e informa Seca: “la priorità che è stata individuata è la realizzazione in tempi brevi di una piattaforma condivisa di e-commerce, che possa aiutare anche chi non ha questo tipo di strumento di vendita on-line. Sarà utile per incrementare le vendite, rilanciare il nostro brand, e supplire dunque alla mancanza di turisti e acquirenti che si è registrata in questo ultimo anno, che ha inferto un colpo durissimo”.

Grande fiducia poi nel varo di un sostegno governativo: “confidiamo che dal gruppo interparlamentare venga fuori un progetto di legge efficace e con adeguata copertura. Un atto dovuto, per salvaguardare un vero patrimonio nazionale, una punta di diamante del made in Italy”.

Occorre però fare presto, e a confermarlo sono le parole di Antonio Simonetti, giovane e talentuoso artigiano della ceramica, titolare di una delle botteghe storiche di Castelli.

“Nei momenti topici siamo rimasti chiusi, ha pesato moltissimo anche l’impossibilità di spostarsi da una regione all’altra, il nostro bacino di utenza è infatti ben oltre l’Abruzzo. Nell’ultimo anno ho perso oltre il 20% de fatturato, e di ristori ho avuto 600 euro e poi 1.000 euro”, confida.

Ma occorre non perdersi d’animo: “ora che è scattata la zona gialla e si sono allentate le restrizioni, già si assiste al ritorno dei visitatori, la gente del resto ha voglia di uscire, di spostarsi, e castelli non solo per la sua ceramica ma per il contesto naturale in cui è inserito è una meta ideale”.

La pandemia, concorda con il sindaco e i suoi colleghi Simonetti, deve indurre a ripensare e ad aprire al futuro anche una tradizione artigianale antica di secoli.

“Non possiamo non cogliere l’occasione di puntare sul web, sulla vendita on line. La lezione del covid a questo deve servire, avvicinarsi anche a persone che sono lontane, potenziali acquirenti delle nostre creazioni”, conclude Simonetti.