DALLA GASTRONOMIA ALLA COSMESI NATURALE: LA SCOMMESSA DEL SINDACO ALLEVATORE DI LUMACHE

6 Agosto 2019

POGGIO PICENZE – Fare di una passione un lavoro è già di per sé una soddisfazione, ma riuscire anche a creare un network di professionisti in grado di operare e distribuire i propri prodotti ad ampio raggio, rappresenta un alto valore aggiunto per la propria attività.

Lo sa bene **Antonello Gialloreto**, presidente della società Helixage e sindaco di Poggio Picenze (L'Aquila) che, con base nel piccolo comune dell'Aquilano, da circa un anno produce cosmetici a base di bava di lumaca, rivendendoli in tutta Italia e anche all'estero.

Una storia, quella della società, che affonda le radici nella voglia di mettersi in gioco dello stesso Gialloreto. È il 2006 quando decide di scommettere sull'elicicoltura e di mettere in piedi "Lumaca d'Abruzzo", il primo allevamento di chiocciole da gastronomia a ciclo biologico completo all'aperto della regione.

"Questo significa – spiega a *Virtù Quotidiane* – che le lumache nascono, crescono e si nutrono solo di alimenti vegetali freschi, senza l'utilizzo di mangimi e altre sostanze chimiche, in un

ambiente controllato e all’aria aperta”

In particolare, l’impianto si trova nei pressi di Poggio Picenze e si estende su circa 5000 metri quadrati di terreno. Il metodo di allevamento portato avanti consiste nell’introdurre, in appositi recinti, esemplari destinati ad accoppiarsi e a moltiplicarsi rispettandone i tempi naturali di crescita e le stasi di pausa stagionali, quali il letargo invernale.

“Nei primi tempi – racconta l’allevatore – ho sperimentato e ho imparato ad approcciare in modo professionale all’elicicoltura, senza subire battute d’arresto consistenti. La prima è arrivata solo nel 2009, con il terremoto, ma l’anno dopo eravamo già tornati a lavorare a pieno regime”.

Nel giro di qualche mese, infatti, l’impianto inizia a distribuire lumache in quasi in tutta Italia, fino a riuscire a raggiungere, nel 2012, ben 20 regioni sparse sulla penisola, fatta eccezione solo per la Valle d’Aosta e il Friuli Venezia Giulia.

“A un certo punto, però, ho voluto un po’ reinventarmi – prosegue Gialloreto – . Nel 2015 ho messo quindi su ‘Lumaca Amica’, un’associazione utile ad aiutare tutti coloro che avevano il desiderio di approcciare al mondo dell’elicicoltura e di aprire impianti simili al mio”.

A oggi l’associazione conta una cinquantina di associati circa, il 70 per cento abruzzesi e altri provenienti dall’Italia. La sua mission consiste nel fornire tutte le informazioni e l’aiuto pratico necessari agli iscritti desiderosi di mettere in piedi allevamenti di chiocciole a ciclo biologico completo all’aperto.

“L’adesione all’associazione – precisa – implica per forza di cose la totale aderenza al disciplinare istitutivo: chi vuole aprire con il nostro aiuto, deve in pratica attenersi a regole di coltivazione naturale simili alle nostre”.

Ed è anche grazie al successo dell’associazione che, proprio in quegli anni, Antonello Gialloreto ha un’altra idea: quella cioè di dedicarsi alla cosmesi, iniziando a creare quei prodotti a base di estratto di lumaca, che negli ultimi tempi hanno spopolato tra le beauty guru e sulle riviste di moda, proprio per la loro efficacia naturale.

“Grazie alla collaborazione con un laboratorio situato in nord Italia – aggiunge l’allevatore – , all’inizio abbiamo puntato su una crema viso 24 ore che, nel giro di qualche mese, abbiamo iniziato a distribuire in modo massiccio un po’ ovunque. A quel punto abbiamo quindi dato vita alla Elixage e abbiamo iniziato a differenziare l’offerta, scommettendo anche su altri tipi di lozioni”.

Al momento la società opera un po’ in tutta Italia, ma anche in paesi come Francia e Belgio, ben 13 prodotti pensati per la cura di viso, corpo, capelli e labbra e, non si occupa solo della rivendita ai privati visto che, forte anche dell’operato dell’associazione Lumaca Amica, è stato possibile mantenere i contatti con molti professionisti desiderosi di esporre i prodotti Helixage direttamente sugli scaffali dei loro negozi e commercializzarli in modo autonomo.

“Ad oggi lavoriamo attraverso il sistema del network marketing – conclude Gialloreto – e abbiamo incaricati sparsi sul territorio che si occupano della distribuzione del prodotto per tutto lo stivale e all’estero. Intanto continuiamo a dare assistenza agli allevatori con la nostra associazione e, grazie alle nostre chiocciole, anche a vendere nel settore gastronomico”.