

I vini pontini conquistano l'America

I vini pontini alla conquista dell'America. A dirla così pare l'abituale provocazione giornalistica, ma i progetti presentati da alcune delle più prestigiose aziende vitivinicole della provincia di Latina e risultati vincitori del Bando della Regione Lazio 2012/2013 rappresentano di fatto un esempio di rara efficacia progettuale e manageriale unita ad una vivace intuizione di come i prodotti basati sull'alta qualità possano trovare ancora spazio nei mercati esteri.

La notizia giunge a margine della ratifica della Determina numero A07544 del 23 luglio scorso con la quale la direzione Agricoltura della Regione Lazio ha dichiarato l'ammissibilità dei progetti relativi al programma di finanziamento europeo Ocm vino - misura per la Promozione sui mercati dei Paesi terzi.

Ebbene, delle quattro aziende che risultano premiate in tutto il territorio del Lazio, ben due sono pontine e rappresentano per giunta nomi noti dello scenario vitivinicolo ed imprenditoriale del nostro territorio. Il riferimento va infatti al Casale del Giglio e Co.pro.vi, che pur aven-



do sede legale a Velletri ha il cuore della sua produzione nello stabilimento di Aprilia. Tra gli interventi destinatari di fondi pubblici per l'annualità 2012/2013 figurano infatti tra gli altri

il progetto *"Vini nel Lazio e cucina romana negli Usa"*, presentato da Casale del Giglio Az.agr. SRL (per un costo totale di 430.016,50 euro con un contributo del 50% pari a 215.008,25 euro) e

"CO.PRO.VI. Canada's discovery 3", presentato da Cantine CO.PRO.VI. s.c.a.r.l. (per un costo totale di 495.169,77 euro con un contributo del 50% pari a 247.584,89 euro).

Come si può osservare già solo a partire dal nome delle due iniziative, si è di fronte a programmi tesi di fatto ad esplorare mercati esteri che hanno da sempre mostrato un particolare gradimento per le produzioni enogastronomiche di alta qualità italiana come gli Stati Uniti e il Canada.

Ma oltre ad un generale richiamo alla cucina e ai sapori della qualità italiana adesso le due aziende vitivinicole pontine mettono in campo qualcosa di diverso: la programmazione manageriale e la propria capacità di proporsi in modo strategico. L'obiettivo è infatti quello di esplorare i due vasti mercati Nordamericani dando vita nel corso del tempo a canali di vendita e rapporti commerciali stabili tra il territorio pontino e l'altra sponda dell'Oceano.

Rapporti commerciali si orientati alla conquista di nuovi spazi di mercato, ma sempre e comunque basati sulla cultura della qualità, ovvero sulla storia di prodotti curati e certificati; legati da uno stretto rapporto con il territorio pontino e che ora, dopo aver consolidato questo legame con la nostra provincia, si affacciano a nuovi mercati per trasmettere a chi vive Oltreoceano oltre al buon gusto e alla loro ricchezza organolettica, anche la storia di come qui da noi il vino sia ancora un valore assoluto, colonna della nostra tradizione, della nostra impresa, e del nostro modo di vivere.

E se poi scoccherà la scintilla tra i vini pontini e il Nuovo continente, potremo dire a buon diritto che tra noi e l'America «That's amore».

Aldo Anziano