

# Valorizzazione vino campano Podere Don Giovanni e Cantine Mediterranee

**Autore :** Redazione

**Data :** 4 Ottobre 2018



**Lopa: 'Il nostro vino è una grande risorsa per accompagnare le imprese vitivinicole napoletane e regionali sulla strada dell'internazionalizzazione del vino italiano'**

*Riceviamo e pubblichiamo.*

La dichiarazione del Rappresentante della Consulta Nazionale dell'Agricoltura, già Delegato del Presidente della Provincia di Napoli per il settore Agricolo - Agroalimentare, componente del Dipartimento Nazionale Agricoltura Agroalimentare Ambiente Turismo del MNS, Rosario Lopa, a margine della presentazione della *partnership* avvenuta nei locali di Podere don Giovanni, a Borgo di Sipicciano, frazione di Galluccio in provincia di Caserta, alle pendici del vulcano di Roccamonfina, nell'incantevole scenario del parco regionale di Roccamonfina – Foce del Garigliano, ai confini con il basso Lazio.

Il wine business rappresenta la grande novità nell'ambito della promozione del comparto vinicolo del territorio campano. Il nostro vino è importante e soprattutto è una grande risorsa per accompagnare le imprese vitivinicole napoletane e regionali sulla strada dell'internazionalizzazione del vino italiano.

Bisogna continuare a farle crescere nella consapevolezza che è solo all'inizio e proprio la fusione di due distinti marchi entrambi sinonimo di qualità, come è il caso delle cantine Podere don Giovanni e Cantine Mediterranee, rispettivamente di proprietà di Giovanni Severino e Vincenzo Napolitano, va in questa precisa direzione. Dobbiamo conquistare i nuovi mercati. Dobbiamo continuare a lavorare sulla qualità e sulla promozione.

Il settore vitivinicolo campano deve affrontare ancora questioni importantissime e, pertanto, è necessario che il comparto faccia ricorso al tavolo della filiera, impegnandosi ad utilizzare questo strumento come punto di riferimento per fronteggiare le future sfide. L'obiettivo della fusione è quello di fare rete, veicolo indispensabile, al giorno d'oggi, alle piccole imprese per farsi conoscere e resistere sul mercato.

Le ambizioni della *partnership* mirano a conquistare sempre di più il mercato estero, Cantine

Mediterranee è già presente in Cina, in India, in vari Paesi europei e negli USA, con l'intento di rendere più agevole e meno dispendiosi i costi agli acquirenti, in quanto questo tipo di marketing consente agli imprenditori di interloquire con un'unica realtà commerciale in grado di offrire loro più prodotti, evitando di essere costretti a dover comprare da più fornitori con l'onere di dover acquistare anche ciò che non serve perché, spesso, l'acquisto di un prodotto è vincolato a quello di un altro, riducendo considerevolmente i costi.

Nel nostro vino c'è la genuinità, la sicurezza dei controlli e soprattutto, all'origine, ci sono pratiche di coltivazione della vite e di produzione che partono dalla tutela e dalla salute dei cittadini, dove ci sono la storia, le tradizioni, le infinite varietà di sapori che sul nostro territorio mutano con i microclimi, le coltivazioni, le tipologie Il vino è dimensione produttiva e dimensione economica, ma è soprattutto dimensione identitaria.

Difendere la tipicità di un territorio significa dire ai cittadini che il nostro sistema agricolo è strategico, che la nostra etica sui mercati è il contrasto alla globalizzazione e all'omologazione che vorrebbero imporci.