

Verona, 12 aprile 2017 | ECONOMIA

Valtellina, territorio con maggior potenziale

Germania e Francia mercati da affrontare



“La Valtellina è con ogni probabilità il territorio con il maggior potenziale in Lombardia. Un territorio piccolo con produzioni limitate, ma qualità straordinarie, interessanti in prospettiva, per come sta cambiando il mondo dei consumatori che chiedono prodotti sempre più facili da individuare. Siamo usciti dalla fase di tipicità per passare alla fase di distintività: le cose che si fanno in Valtellina si fanno solo lì”. Lo ha detto l’assessore regionale all’Agricoltura Gianni Fava, presentando oggi la Valtellina a Vinitaly presso il padiglione lombardo, insieme a Mamete Prevostini, presidente di Ascovilo e del ‘Consorzio Vini di Valtellina’, e Attilio Tartarini, direttore del Distretto agroalimentare di qualità della Valtellina, riconosciuto da Regione Lombardia nell’ottobre 2010.

“Fino a oggi i prodotti di Valtellina hanno trovato mercato sulla porta di casa, ha spiegato Tartarini, poi si sono allargati al nord del Paese ottenendo risultati importanti. Ora vogliamo espanderci tra Germania e Francia, due mercati importanti. La sfida dei prossimi anni sarà arrivare lì, e spiegare che abbiamo prodotti eccellenti che possono piacere anche a chi ha abitudini diverse”.

“Il vino valtellinese sta avendo buoni risultati, ha fatto sapere Prevostini, siamo passati a un vero interesse per il Nebbiolo da una situazione di iniziale curiosità. Questo perché è stato fatto un percorso completo di promozione del territorio. Che è sinonimo di bello, pulito e accattivante anche per il modo di vivere. Un'esperienza importante che fa capire che dobbiamo fare promozione in sinergia con gli altri prodotti del territorio”.

Ci sono elementi identitari che dicono che questo piccolo territorio potrebbe diventare uno dei più interessanti in termini di crescita di consumi da parte di una platea sempre più selezionata di soggetti che riconoscono il valore dei prodotti. La Regione è impegnata non tanto nella ricerca di nuovi mercati in quanto tali, ma di spazi che intercettino un valore maggiore del prodotto di montagna. C'è necessità di informare i nuovi consumatori con attività appropriate, serie e convincenti. Tutto il territorio della provincia di Sondrio ha fatto in questi anni passi avanti per mettersi insieme e comunicare in maniera adeguata sul tema Valtellina.

“Abbiamo di fronte un brand che si sta facendo spazio nel mondo come elemento di assoluta qualità, ha detto in conclusione Fava. Dobbiamo spingere in questa direzione, emancipando alcune produzioni dal punto di vista qualitativo, come è stato in questi anni per la bresaola, legando la produzione alle materie prime. Dobbiamo fare ancora una serie di azioni per sostenere questo percorso, alcune sono già state fatte. Il nostro sostegno c'è stato e ci sarà ancora. La qualità c'è da sempre, bisogna lavorare su organizzazione e promozione, i due pilastri di cui non si può fare a meno quando si parla di internazionalizzazione.