Pro Capitanata: lo sviluppo è una questione di rete

Author : Geppe Inserra

Date : 25 Maggio 2013

Pro Capitanata, il portale di Michele Lauriola che si prefigge di stimolare l'evoluzione della cultura di rete in Capitanata, interviene nel dibattito avviato da *Lettere Meridiane* sul difficile rapporto tra il territorio e il Nero di Troia. Questo vino sta conquistando i mercati nazionali e non solo. Però praticamente non viene più prodotto nella cittadina del duomo romanico, che ha dato il nome al vitigno. La trasmissione radiofonica specializzata nelle eccellenze agroalimentari del Bel Paese, *Decanter*, ha indicato il Nero di Troia come simbolo del ruolo trainante che i vini di qualità sprigionano per il territorio, indicando però quale zona in cui il Nero di Troia viene prodotto non già la provincia di Foggia, ma il Salento.
Commentando la vicenda, avevamo parlato dello strano *inghippo geografico* che ha spezzato il rapporto tra il Nero di Troia ed il suo territorio d'origine, quello dei Monti Dauni. Il Nero di Troia si fregia della DOC soltanto nella sua versione prodotta a Castel del Monte (provincia di Bari), mentre quello imbottigliato in provincia di Foggia prende la generica etichetta di *Tavoliere*.
Secondo Pro Capitanata, che pubblica il commento nella home page del portale, "non è una questione di “inghippo geografico”. Lo spazio disponibile per il commercio e la distribuzione, purtroppo, è oggetto di uno scontro fra titani a livello globale. Le aziende vinicole dei territori della Capitanata sono caratterizzate da una organizzazione destrutturata che le rende sempre più deboli, quindi, sempre più soggette al rischio di essere spazzate via dal mercato globalizzato. In breve il settore vinicolo della Capitanata è affetto da una forte concorrenza locale, dalla crescente pressione sui prezzi, dall’aumento del potere contrattuale dei canali commerciali e distributivi e da un ristagno della domanda, nonostante la ricchissima scelta e la qualità. Come ci si può tirare fuori dalla “oceano rosso” della concorrenza spietata per neutralizzare la concorrenza? Come si fa a creare e conquistare uno spazio di mercato incontrastato? Pro Capitanata ritiene che un sistema produttivo a rete, capace di fare sistema e solidarietà è una prima risposta."
Michele Lauriola mette in effetti il dito nella piaga. La difficoltà che, in generale, le nostre imprese incontrano nel produrre e commercializzare i prodotti Doc nasce proprio dalla mancanza di una coscienza, di una cultura di rete. In un'economia sempre più globalizzata, soltanto l'unione fa la forza. Chi

va invece in ordine sparso si indebolisce sempre più. È quanto sta accadendo in provincia di Foggia, e il discorso non riguarda soltanto il vino.
Pro Capitanata è un bel tentativo di mettere in campo una visione nuova, orientata proprio alla capacità di mettersi in rete. Lauriola propone il contratto di rete, che potrebbe essere uno strumento straordinariamente efficace per affrontare criticità come quelle vissute dal Nero di Troia. Ma la sua resta, purtroppo, una voce che grida nel deserto.