

## La cultura del vino per promuovere il territorio

FILIPPO BUBBICO  
PRESIDENTE DEL  
CONSIGLIO REGIONALE  
DELLA BASILICATA

**I** I dati più recenti della produzione enologica lucana confermano gli sforzi che gli imprenditori lucani del settore stanno producendo per presentare sui mercati un prodotto di altissima qualità: circa 50 aziende, più di 170 diversi vini, per una produzione complessiva di 5 milioni di bottiglie e un fatturato che si aggira ormai intorno ai 40 milioni di euro. E tutto ciò proprio mentre numerosi enologi sostengono che il nostro Aglianico, grazie alle tecniche di produzione adottate negli ultimi anni che ne hanno affinato il gusto, è ormai paragonabile qualitativamente al Barolo, con meno profumi ma più colore rispetto al grande vino piemontese.

E mentre nuove produzioni, insignite dei marchi doc e igt, contribuiscono ad arricchire l'offerta dei vini lucani di qualità.

Il successo delle produzioni enologiche lucane è anche il frutto delle politiche di sostegno che la Regione Basilicata ha saputo assicurare per elevarne la qualità, aiutando gli operatori del settore a intraprendere nuove strategie di mercato e a realizzare quella massa critica necessaria a conquistare nuovi traguardi. La recentissima legge approvata dal Consiglio regionale per favorire la regolarizzazione dei vigneti permette inoltre anche un migliore accesso ai finanziamenti comunitari.

Ma se negli ultimi anni la qualità dei nostri vini è migliorata enormemente lo si deve anche alla crescita culturale dei nostri viticoltori, che sono riusciti a sganciarsi da una cultura arcaica basata solo sulla produzione, e hanno imparato a misurarsi con i mercati, a fare del nostro vino la carta d'identità di un intero territorio.

Gli imprenditori agricoli scommettono così sulle buone pratiche agricole per la valorizzazione dei prodotti tipici e del vino. E hanno imparato che la qualità dei prodotti e la cultura del territorio sono profondamente legati, e contribuiscono anche allo sviluppo del turismo e dell'agriturismo, promuovendo la cultura, il paesaggio, le produzioni tipiche e i beni storici. Il vino di qualità, insomma, diventa anche lo strumento per rappresentare compiutamente quella "regione di qualità in un territorio di eccellenza" che la Basilicata ha tutte le carte in regola per diventare.



## Promoting the territory through wine culture

FILIPPO BUBBICO  
PRESIDENTE DEL  
CONSIGLIO REGIONALE  
DELLA BASILICATA

**T**he most recent data about the Lucanian oenological production are the direct result of the efforts the Lucanian entrepreneurs in the sector have put to launch a high-quality product on the market – almost 50 companies and more than 170 different types of wine which make a total production of 5 million bottles and invoices issued equal to around 40 million euros. Moreover, numerous oenologists maintain that, our Aglianico is now on a par with Barolo in terms of quality thanks to the production techniques implemented in the last years enhancing its taste. In the comparison between these two wines it has turned out that Barolo presents more fragrances, whereas our wine a wider range of colours. The supply of quality Lucanian wines has also been enriched with new DOC and IGT productions.

What has also helped Lucanian oenological production is the support policy the Regione Basilicata has adopted to improve quality. By means of this policy, the operators in the sector have developed new market strategies and reached that critical mass necessary to achieve new targets. Furthermore, the recent law passed by the Regional Council to foster the regularisation of vineyards has also allowed to have access to community financial support more easily. As far as wine growers are concerned, their cultural growth has permitted to significantly enhance the quality of our wines in the last years. These growers have managed to get rid of an old-fashioned tradition based only on production and have learnt to be competitive on the market. In other words, they have allowed wine to become one of the most successful products of our territory.

Thus, in order to improve both typical products and wine, agriculture entrepreneurs have put their trust in good agriculture practice. Not only have they learnt that product quality and the culture of the territory are strictly linked, but they have also understood that these two aspects are important to develop tourism and agritourism, through the promotion of culture, landscapes, typical products and historical heritage.

In conclusion, it is possible to state that quality wines can be regarded as the means by which transform Basilicata into “a quality region in a first-class territory”.

