

**TRATTATIVE IN SPAGNA CON 12 IMPRESE**

## Il vino d'Abruzzo prepara lo sbarco nei locali di Madrid

La delegazione abruzzese ieri a Madrid

ALLE PAGINE 2 E 3



### LE IMPRESE IN MISSIONE A MADRID

# Vino e olio made in Abruzzo a caccia di accordi con la Spagna

La sfida dei prodotti tipici: dodici aziende puntano al mercato spagnolo, via alle trattative

» Montepulciano, Cerasuolo, Trebbiano, spumanti, liquori e caffè  
Le eccellenze dell'agroalimentare cercano un nuovo palcoscenico: l'affare vale milioni di euro

» **IL VOLO PESCARA-MADRID**  
Studio dell'economista Mauro rivela: «Costi coperti già in 18 mesi»

» **IL TURISMO A DUE VELOCITÀ**  
Da noi prezzi troppo alti: «Attenzione al rapporto tra costi e servizi»

**dall'inviato  
Pietro Lambertini**  
► MADRID

Nel paese del rito della "caña", la birra piccola sorseggiata al bancone del bar all'ora del tramonto mentre ci si racconta una giornata con il sorriso, del "tinto de verano", vino rosso allungato con la gazzosa fredda in segno di leggerezza, e dell'internazionale "sangria" che non ha bisogno di spiegazioni, l'Abruzzo cerca uno spiraglio d'ingresso: una porta socchiusa per offrire un posto al sole di Madrid al Montepulciano, Cerasuolo, Trebbiano, Pecorino, spumanti e liquori. Una breccia per affacciarsi in un mercato in espansione con l'obiettivo dichiarato di tramutare la qualità delle nostre produzioni in fatturato. Nella vetrina dell'agroalimentare in mostra a Madrid per due giorni, il vino abruzzese ha un posto d'onore: è il prodotto principe che racconta la storia dei territori miscelata all'impegno dei produttori.

**LEGGEREZZA DI SPAGNA**  
L'export d'Abruzzo - più 10,1% nel secondo trimestre 2025 grazie all'impennata del farmaceutico (più 68%) che ha compensato la crisi dell'automotive - è alla ricerca di altri

mercati da esplorare per bilanciare le possibili perdite verso gli Stati Uniti d'America, prima meta dei nostri prodotti, a causa dei dazi di Donald Trump. L'Abruzzo si guarda intorno e la prima occhiata è verso la Spagna delle affinità con l'Italia. La Spagna della leggerezza, che è cosa diversa dalla superficialità, e delle giornate scandite da un ritmo più compassato e meno opprimente rispetto all'Italia, potrebbe accogliere le produzioni vitivinicole made in Abruzzo. Di questo si parla negli incontri faccia a faccia tra "buyer", ambientati tra il Mercamadrid, gigantesco centro di smistamento grande 176 ettari, e il consorzio Vinos de Madrid: è qui che va in scena l'appendice economica del semestre abruzzese a Madrid, chiamato "Radici e rotte". "Buyer" è un termine che dà l'idea degli affari e dei numeri: è l'altra faccia dei filari delle vigne, il classico paesaggio delle colline abruzzesi che, dalle sale in legno di Madrid, si guarda con il filtro dell'economia. Dietro la bellezza dei vigneti ci sono le cifre che, come una colla, tengono insieme la sostenibilità di un progetto d'impresa. Perché l'agroalimentare può valere milioni in una terra che finora, dall'Abruzzo, ha preso soprattutto veicoli, come i fur-

goni Stellantis prodotti nella Val di Sangro: sulla bilancia delle esportazioni abruzzesi in Spagna, l'agroalimentare incide ancora poco.

#### ABRUZZO-SPAGNA

Tra aprile e giugno, le esportazioni abruzzesi verso la Spagna hanno riguardato: mezzi di trasporto (28,9%), prodotti in metallo (14,4%), articoli in gomma (12,2%), macchinari (9,9%), prodotti chimici (9%). È la provincia di Chieti, con la spinta dei furgoni Stellantis, quella che ha esportato di più: 57,5% (Teramo 19,2%, L'Aquila 12 e Pescara 11,4). E allora la scommessa delle imprese in missione a Madrid, sotto l'ala protettiva del consiglio regionale d'Abruzzo, delle Camere di commercio di Chieti Pescara e del Gran Sasso d'Italia e con la benedizione dell'ambasciata Italiana, del consolato generale, è aumentare il peso



della vendita di vino, pasta e prodotti tipici, dai formaggi ai salumi fino ai dolci.

#### UN'OASI DA 55 MILIONI AL MESE

Al mercato della Spagna che cresce, con i dati economici contrassegnati da una sequela di segni più, sono interessati i grandi e i piccoli: per l'Abruzzo, le esportazioni in Spagna valgono 55 milioni di euro al mese (165 milioni a trimestre). Lo stesso Abruzzo importa dalla Spagna soprattutto prodotti alimentari e bevande per 18 milioni al mese (54 milioni ogni trimestre): il totale delle importazioni dalla Spagna è di 53,6 milioni al mese (161 milioni a trimestre). A conti fatti, la bilancia pende già per l'Abruzzo (più 4 milioni) ma con un margine di crescita ulteriore visto che l'agroalimentare nostrano è ancora al palo.

#### LE TRATTATIVE A MADRID

Ecco perché l'elenco delle imprese abruzzesi sedute al tavolo delle trattative degli accordi commerciali comprende 12 aziende del settore chiamate a tracciare la via del bere e del mangiare. Ci sono, allora, la cantina Citra Vini di Ortona, tremila famiglie di soci vignaioli che producono uva su seimila ettari di terreno, e la distilleria del Super punch di Michele Jannamico (Jmef) con sede a Lanciano che produce anche la genziana e i liquori ispirati dagli agrumi della Costa dei trabocchi. C'è anche Scuppoz dalla Valle Castellana di Teramo, altra azienda che produce liquori all'abruzzese e prende il nome da un termine ormai caduto in disuso per evocare lo "schioppare" dei bicchieri come invito a brindare e festeggiare: il primo prodotto figlio di questa azienda è proprio l'amaro Scuppoz che porta impresso nell'etichetta il suo luogo di origine: è disegnata a mano dal professor Marco Tullio e vede raffigurati i Monti della Laga con un pastore che parte per la transumanza. In abbinamento ai vini, per assecondare la tendenza del pasteggiare in voga anche nei locali spagnoli, ci sono i salumi di Castel Castagna dell'azienda agricola di Carmine Adina e le pizze «pronte, grandi e piccole» inventate dalla ditta Cretarola di Castilenti «per colmare le principali problematiche legate alla complessità della preparazione». E poi i prodotti delle società agricole Giardini Di Giulio di Tocco da Casauria e Agricola Perconti di Cellino Attanasio, dell'azienda agricola Ramo di Mandorlo (L'Aquila), del Molino Candelori di Ca-

solì e del pastificio Maiella di Pretoro. Anche il caffè d'Abruzzo, quello del marchio Universal con base a Moscufo in uno stabilimento di 15mila metri quadrati con 50 dipendenti, punta alla Spagna e lo fa seguendo la strada tracciata da **Natascia Camiscia** che riassume così la filosofia della società chiamata Compagnia del caffè: «Ogni giorno alla prova per affrontare le sfide di un mondo che cambia». È il mantra delle imprese abruzzesi riunite a Madrid. Parte dal caffè anche l'offerta di Bar Italia di Pineto che vende macchine da caffè e accessori anche all'estero perché l'espresso italiano non ha confini.

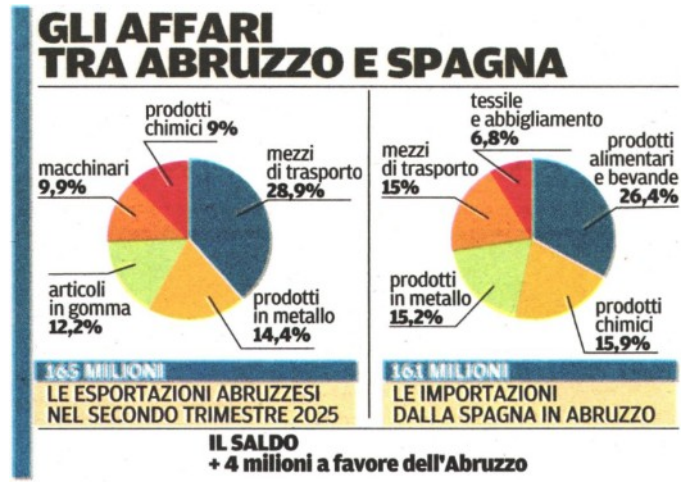
#### CIN CIN E BIRRA ARTIGIANALE

Se, a Madrid, la "caña" è un rito irrinunciabile che nei bar va di moda, il consigliere regionale **Emiliano Di Matteo**, capogruppo di Forza Italia, lancia la sua proposta per ampliare la gamma dei prodotti da esportare: «Anche sulle birre artigianali si può puntare. L'Abruzzo vanta produzioni di qualità», dice Di Matteo, presidente della commissione Sviluppo del territorio, arrivato a Madrid su delega di **Lorenzo Sospiri**, presidente del consiglio regionale di Forza Italia, il primo a credere nell'asse Abruzzo-Spagna fino a spingere per un volo diretto Pescara-Madrid che potrebbe diventare realtà a fine anno.

#### INVOLÒ A MADRID

Tra terra e cielo, uno studio dell'economista **Giuseppe Mauro** dice che «la rotta Pescara-Madrid rappresenta un'interessante opportunità di collegamento diretto tra due territori con potenziale turistico e relazioni consolidate. Una tratta da avviare con approccio graduale, promozione mirata e visione integrata del territorio». E secondo la previsione di Mauro, «con una strategia di marketing adeguata, il collegamento potrebbe raggiungere la sostenibilità economica già entro i primi 18-24 mesi dall'avvio». Ma l'analisi di Mauro invita anche a tenere i piedi per terra perché se l'Abruzzo è bello da vivere, il turismo soffre anche di punti critici: «Debole posizionamento e scarsa riconoscibilità del brand Abruzzo e politiche dei prezzi non sempre competitive con rischio di squilibrio tra costo del servizio e valore percepito dai turisti».

CRIPRODUZIONE RISERVATA



A destra, foto di gruppo per la delegazione abruzzese a Madrid per avviare scambi



Gennaro Strever, presidente della Camera di commercio Chieti Pescara ieri durante il vertice al Mercamadrid per favorire le esportazioni di vino abruzzese in Spagna

