

## ► LA SFIDA

# L'Amaro di Leuca per il Brand Puglia



**L'imprenditore Saverio Scattaglia punta ad attuare una strategia di marketing territoriale che possa rilanciare in maniera ancora più incisiva il "Marchio Puglia"**

«Esportare il territorio attraverso un brand turistico in grado di creare valore dando visibilità a tutto ciò che è Puglia». E' la ricetta di Saverio Scattaglia, imprenditore visionario e lungimirante, ma anche coraggioso che, partendo dalla ricostruzione dell'azienda vinicola di famiglia in terra di Bari, oggi è alla guida di un progetto di internazionalizzazione che vede protagonista l'Amaro di Leuca, non un liquore in bottiglia, ma il concentrato di un territorio, capace di portare in dote sapori e storia e diventare simbolo del cuore del Salento. «L'obiettivo è quello di arricchire la nostra area di un prodotto che non deve essere consumato solo sul posto, ma capace di valicare i confini e raccontare i nostri profumi», dice. Rabarbaro con agrumi, infusione di foglie d'ulivo e una punta di liquirizia è l'elisir che sta conquistando il mercato. Capace di essere eccellente bevanda ghiacciata o di affogare i gelati in maniera superba. Ma, soprattutto, espressione di marketing concreto. «Il Salento – dice Scattaglia – può trainare l'intera Puglia perché rappresenta una summa di eccellenze. Dobbiamo però superare le criticità dovute agli egoismi e alla frammentazione dell'offerta, generare strategie comuni e smettere di esportare i nostri prodotti in maniera anonima».

Da qui, il cantiere di idee che l'imprenditore ha messo in campo, come il Premio Amaro di Leuca, assegnato ai giornalisti che meglio hanno saputo raccontare, difendere e promuovere il territorio. O come la Guida dell'Amaro di Leuca, che mette in fila paesaggi, esperienze e storie di trenta comuni del Salento, raccontate con passione e senso di appartenenza dai sindaci. O, ancora, come l'attenzione alle produzioni promosse dall'Apulia Film Commission che negli ultimi anni ha eletto la Puglia, e il Salento in particolare, quale set cinematografico sempre più importante. «Perché – come dice Saverio Scattaglia – la Puglia è un grande tesoro. Attende solo di essere scoperto, ma prima ancora di essere promosso nel modo giusto. E noi ci stiamo provando».