

# Pomodoro, dalla Piana del Sele al Giappone

I prodotti Finagricola protagonisti della terza puntata di "Una storia di qualità". Palo: «Dal seme al consumatore»

Dal cuore della Piana del Sele fino alle tavole del Giappone e degli Stati Uniti. È il percorso compiuto negli ultimi anni dai prodotti di Finagricola, protagonisti della terza puntata di "Una Storia di Qualità", la rubrica podcast dedicata al racconto di una delle eccellenze dell'agroalimentare italiano. Il nuovo episodio, disponibile al link: <https://linktr.ee/unastoriadiqualita>, approfondisce il rapporto tra innovazione, sostenibilità e apertura ai mercati internazionali, raccontando come la cooperativa abbia saputo trasformare qualità, sicurezza alimentare e ricerca continua in elementi distintivi apprezzati ben oltre i confini nazionali.

«La grande innovazione di Finagricola è stata la capacità di interpretare, prima degli altri, i bisogni del mercato. Tutto il nostro progetto è stato costruito attorno a due principi fondamentali: qualità e sicurezza alimentare. Oggi continuiamo a investire in tecnologie che ci consentono di uti-

lizzare in modo sempre più efficiente acqua, risorse e mezzi tecnici, mantenendo standard elevati e garantendo prodotti sicuri ai consumatori». Così **Fabio Palo**, vicepresidente di Finagricola, racconta i valori dell'azienda fondata dal padre, **Gerardo Palo**. Dopo aver approfondito il tema della tracciabilità e della blockchain nella seconda puntata, il nuovo episodio accende i riflettori sull'innovazione sostenibile, sulla gestione delle risorse e sulle tecnologie che stanno trasformando il mondo agricolo.

«Quando abbiamo iniziato a lavorare sui prodotti trasformati - continua Fabio Palo - il nostro mercato ha cominciato a evolversi. Abbiamo avviato l'esportazione anche oltreoceano, concentrandoci in particolare sui mercati più sensibili alla qualità. Pensò al Giappone, da sempre molto attento alle caratteristiche del prodotto, e agli Stati Uniti, che rappresentano ancora oggi una delle destinazioni più interessanti per il Made in Italy e per i



Fabio Palo e Marco Frittella

nostri prodotti».

Tra gli ospiti della puntata, condotta da **Marco Frittella**, direttore di Make Different Magazine, e dalla giornalista del Gruppo Stratego **Benedetta Gambale**, figurano, oltre all'ideatore del podcast e responsabile marketing di Finagricola, **Domenico Catapano**, Fabio Palo, vicepresidente della cooperativa, ed **Elisa Vecchi**, responsabile commerciale del comparto

conservas.

Come nelle precedenti puntate, il racconto è accompagnato dagli interventi dello chef **Massimiliano Contegiacomo**, che valorizza le caratteristiche delle diverse varietà di pomodoro Finagricola attraverso ricette capaci di esaltarne gusto, colore e identità. Quarant'anni di storia, ricerca e legame con il territorio vengono raccontati attraverso le voci dei protagonisti

di una cooperativa che ha fatto della qualità e della sicurezza alimentare i pilastri della propria crescita. Nel corso dell'intervista viene ripercorso il cammino di innovazione che ha accompagnato lo sviluppo di Finagricola, dalle tecniche di lotta integrata ai moderni sistemi di irrigazione controllata, fino ai progetti dedicati all'economia circolare. Il podcast, promosso da Finagricola, è un progetto del Gruppo Stratego Società Benefit, realizzato da [StrategoDigital.com](http://StrategoDigital.com).

Tra i temi affrontati emerge il lavoro svolto dall'azienda sul fronte della sostenibilità ambientale. Finagricola utilizza sistemi di irrigazione che consentono di fornire alle piante esclusivamente la quantità d'acqua necessaria nelle diverse fasi di crescita, evitando sprechi e ottimizzando le risorse. «Per fare impresa servono passione, competenza e capacità di affrontare il cambiamento. Viviamo in un contesto sociale, economico e geopolitico in continua evoluzione,

ma chi opera in questo settore continua a guardare avanti, a innovare e a cercare nuove opportunità di crescita. - sottolinea il vicepresidente di Finagricola - L'agricoltura è il mestiere più bello del mondo. Ti permette di mantenere un rapporto autentico con la natura e di assistere alla nascita di qualcosa di concreto. Quando si parte dal seme, come accade nella nostra realtà, si costruisce un percorso che porta un prodotto dalla terra fino alla tavola del consumatore».

Elisa Vecchi, responsabile commerciale del comparto conserve, che ripercorre l'evoluzione dei marchi Così Com'è e Gran Gusto, il successo internazionale dei datterini colorati e il crescente valore del Made in Italy sui mercati esteri. Elisa evidenzia inoltre come la dolcezza delle varietà coltivate da Finagricola rappresenti uno degli elementi distintivi più apprezzati dai professionisti della ristorazione e dai consumatori di tutto il mondo.