

07/07/2015 16:30

Fra ambiente, turismo e social la 'ricetta' del vino siciliano all'Expo

Un convegno organizzato da Assovini Sicilia e Consorzio Sicilia Doc

Milano, 7 lug. (Labitalia) - Un'attenzione verso l'ambiente e la produzione biologica che rappresenta un caso unico a livello nazionale. Un appeal in costante aumento sui mercati di Germania, Giappone e Usa, grazie a un territorio che come pochi altri sa raccontare al consumatore la passione dei viticoltori e la loro storia, puntando sull'enorme attrattività turistica della Sicilia. Una realtà con un passato secolare che oggi raggiunge e incuriosisce anche i giovani stranieri, grazie ai social network e ai new media. Sono queste, in sintesi, le certezze di oggi e le sfide di domani per il vino siciliano, che sono state tracciate all'Expo nel corso del convegno internazionale 'A mosaic of wines: past, present and future', organizzato dalla Regione Sicilia, in collaborazione con gli assessorati all'Agricoltura e alle Attività produttive, con il Consorzio Sicilia Doc e Assovini Sicilia. In platea, accanto a produttori, giornalisti e rappresentanti del trade, anche una delegazione di operatori cinesi, tra cui il vicepresidente dell'associazione per il commercio di vini e liquori. Temi principali: la ricerca scientifica, la sostenibilità ambientale, l'evoluzione dei mercati e le nuove strategie di comunicazione. La prima sessione ha evidenziato il ruolo strategico della ricerca per la crescita del sistema vino Sicilia. L'intervento di Rosario Di Lorenzo, della facoltà di Agraria dell'Università di Palermo, ha delineato l'importanza dell'identità territoriale anche attraverso il recupero di antichi vitigni, mentre Daniele Oliva, dell'Istituto regionale vini e oli di Sicilia, ha relazionato sul ruolo fondamentale dei lieviti durante la fase di vinificazione. Ricerche e studi che, ormai da diversi anni, coinvolgono i diversi attori regionali tra i vari istituti di ricerca, assessorato e produttori, creando una perfetta sinergia. Ad aprire la seconda sessione, Antonio Rallo, presidente del Consorzio di Tutela dei vini doc Sicilia e ad [ad Donnafugata](#), che ha tracciato un excursus sulla storia millenaria dell'enologia siciliana, per arrivare alla denominazione unica, nata con l'obiettivo di offrire uno strumento in più alle aziende per presentarsi all'estero con un brand unico e rendere più riconoscibile l'enologia regionale. "Stiamo mangiando il pianeta" è invece l'espressione forte con cui Alberto Tasca, dell'azienda Conte Tasca d'Almerita e consigliere di Assovini Sicilia, ha aperto la propria relazione incentrata sul tema dell'ecosostenibilità. Ha però specificato come l'emergenza ambientale che oggi il mondo produttivo sta affrontando possa diventare un'opportunità, a patto che venga utilizzato un approccio multidisciplinare. "La Sicilia - ha detto - è la regione più avanzata nel percorso verso l'agricoltura in armonia con l'ambiente: qui la viticoltura biologica rappresenta il 38% di quella nazionale e il 23% dell'energia elettrica utilizzata proviene da fonti rinnovabili". Un percorso iniziato da tempo in Sicilia, dove 7 anni fa è nato SOStain, il primo programma per le cantine teso a promuovere un modello sostenibile e trasparente, basato su parametri oggettivi. Al brand unico e alla produzione sempre più ecosostenibile va unita una strategia di vendita 'su misura', basata sulla conoscenza approfondita dei Paesi che si vogliono approcciare, come evidenziato dai tre opinion leader Isao Miyajima, Christian Eder e Leonardo Lo Cascio. "In Giappone - ha spiegato Miyajima - il mercato del vino made in Italy non è cresciuto molto negli ultimi anni perché spesso i produttori si sono limitati a saturare i ristoranti italiani invece di inaugurare nuove strade per la promozione. Non è il vino francese il principale competitor di quello italiano ma lo sono la birra e il sakè. La sfida è rendere il vino parte del consumo quotidiano, mentre oggi è relegato a celebrazioni e occasioni formali. Per farlo, è fondamentale puntare anche sull'appeal turistico del territorio e in questo la Sicilia ha ottime potenzialità". A tirare le somme dell'incontro, l'assessore all'Agricoltura della Regione Sicilia, Sara Barresi: "Ogni mercato rappresenta una realtà diversa, che va studiata e analizzata. Abbiamo già le caratteristiche vincenti per conquistare alcuni, come la Germania, ma la vera sfida sarà avvicinare al mondo del vino i giovani, che oggi consumano soprattutto superalcolici e birra. La Sicilia ha tutte le potenzialità per raggiungere questi obiettivi, ora è necessario individuare la strategia adatta per ciascun mercato utilizzando tutti i mezzi a disposizione: dalla ricerca scientifica alla promozione. In questo, la Regione continuerà a essere al fianco del mondo produttivo".