

Passitaly 2017, riparte dal passito il rilancio di Pantelleria

 **MADE-IN-ITALY**



Publicato il: 11/09/2017 17:14

Territorio unico per le caratteristiche paesaggistiche e culturali che nel tempo hanno forgiato l'identità dell'isola, Pantelleria è uno dei tesori italiani da tutelare e comunicare al mondo. La quarta edizione di Passitaly, che si è conclusa ieri, ha rafforzato ancora di più questo messaggio, anche in vista dell'inizio delle attività degli organi direttivi del Parco nazionale di Pantelleria, con le linee guida promosse dal Comitato di gestione del riconoscimento Unesco sull'utilizzo del marchio attribuito alla pratica agricola della vite ad alberello e con il ruolo sempre più importante del Consorzio volontario per la tutela e la valorizzazione dei vini Doc dell'Isola di Pantelleria.

La kermesse dedicata ai vini passiti del Mediterraneo ha visto come promotori il Comune di Pantelleria, con il patrocinio del ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, e il Consorzio volontario per la tutela e la valorizzazione dei vini Doc dell'Isola di Pantelleria, con la partecipazione delle aziende Cantine Pellegrino, Donnafugata, Vinisola e Salvatore Murana.

"La quarta edizione di Passitaly - ha dichiarato Salvatore Gabriele, sindaco di Pantelleria - è stata una risposta di consapevolezza della comunità di Pantelleria verso la propria identità. Questo appuntamento è stato vissuto con intensità e successo dal sistema produttivo e agricolo della nostra isola, mettendo in linea un sistema che vede nel riconoscimento Unesco, nell'istituzione del Parco nazionale e nel Consorzio di tutela della Doc di Pantelleria nuovi strumenti operativi e nuove opportunità".

"E' una risposta di civiltà che estende tutele e non solo di natura ambientale ma anche sociale, che propone una visione integrata del sistema produttivo agricolo con quello del turismo d'interesse in una chiave concreta di destagionalizzazione e di nuova economia per l'isola. La sfida è quella di offrire alle nuove generazioni una prospettiva in una agricoltura di pregio da vivere con entusiasmo e redditività", ha aggiunto.

Un patrimonio che deve essere tutelato e comunicato a tutto al mondo con l'obiettivo di mantenere intatto questo immenso paesaggio. Da questo punto di vista, scende in campo, con una nuova consapevolezza che accomuna le più note aziende delle isole e i piccoli viticoltori, il Consorzio volontario per la tutela e la valorizzazione dei vini Doc dell'Isola di Pantelleria. "Il consorzio - ha affermato il presidente, Benedetto Renda - avrà sempre di più un ruolo importante come cinghia di trasmissione tra i produttori, la comunità e il Parco nazionale di Pantelleria. Questa aggregazione ci può consentire di dare maggiore forza e credibilità alle azioni da intraprendere".

"Pantelleria bisogna viverla - ha proseguito - e l'incoming è carta vincente per generare una nuova prospettiva alla filiera vitivinicola e all'enoturismo. Negli ultimi anni abbiamo visto sempre di più crescere l'interesse per Pantelleria soprattutto da parte di quei paesi dove è apprezzato il passito. Nell'immediato punteremo sul connubio Pantelleria/passito per far conoscere sempre di più l'isola anche in quei paesi dove ancora il suo valore è ancora sconosciuto".

"Questa campagna di promozione che mette insieme tutte le energie dei produttori di Pantelleria - ha aggiunto Antonio Rallo, presidente Doc Sicilia - ci potrà consentire di valorizzare le nostre produzioni contribuendo così a dare maggiore reddito ai contadini e quindi a preservare dall'incuria e l'abbandono questo territorio con i suoi muretti a secco e i suoi terrazzamenti".

Tra i momenti più interessanti di questa edizione, le inaugurazioni delle piazze Unesco in alcuni luoghi simboli di Pantelleria: Mueggen, Serraglia, Bugeber e Bukkuram, luoghi rurali simbolo dell'Isola di Pantelleria e della coltivazione della vite ad alberello, e a Tracino in piazza Perugia, che saranno i punti di partenza di altrettanti itinerari di scoperta tracciati dal Parco nazionale di Pantelleria che intende mettere in primo piano proprio questa pratica agricola come elemento identitario di tutta l'isola.

Un riconoscimento che deve anche servire a dare un forte slancio a tutte le vocazioni produttive interpretate dalla mano del contadino pantesco. Da questo punto di vista, le linee guida approvate dal Comitato di gestione del riconoscimento Unesco, riunitosi in seduta pubblica venerdì presso il Castello Barbacane, puntano a dare un valore aggiunto a tutte le produzioni agricole dell'isola, a partire proprio dal suo prodotto di punta, il passito, dove il connubio tra uomo e natura esprime su punte massime tutta l'identità del contadino pantesco.

Pantelleria, infatti, deve la propria unicità a un sistema rurale fortemente antropizzato che ha permesso di tutelare una biodiversità e un'agricoltura d'eccellenza che pochi luoghi possono vantare. Qui si pratica una viticoltura eroica in un ambiente impervio, caratterizzato da terrazzamenti e muretti a secco in cui lo Zibibbo (Moscato d'Alessandria) è protagonista assoluto: cresce ad alberello, fra anfratti e terrazzamenti, curato con la mano sapiente del contadino pantesco.

"Il riconoscimento Unesco - ha spiegato Luca Bianchi, capo dipartimento del ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali - valorizza questo grande lavoro fatto nel tempo dal contadino pantesco e noi abbiamo l'impegno di trasmetterlo alle nuove

generazioni sotto forma di un’opportunità concreta per il loro futuro. Il marchio Unesco, infatti, è un patrimonio da mettere in campo per agevolare la nascita di nuove attività commerciali di natura agroalimentare che possano dare sviluppo, crescita e reddito a questa terra allontanando in questo modo la fuga delle nuove leve da Pantelleria”.

Sulla stessa lunghezza d’onda anche Pier Luigi Petrillo, responsabile Ufficio Unesco del ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali: “Si è deciso in primo luogo di permettere ai viticoltori panteschi di inserire nel retro etichetta dei loro vini la dicitura Prodotto secondo una pratica agricola dichiarata patrimonio dell’Umanità. In questo modo si dà la possibilità di dare di comunicare l’identità dell’isola dando un’informazione aggiuntiva sull’unicità e l’eccellenza di quel prodotto”.