



Ultima lezione per il ciclo di seminari, iniziato ad ottobre dello scorso anno, sul sistema vitivinicolo organizzato dall'Istituto Regionale Vini e Oli di Sicilia (IRVOS) e dal dipartimento Demetra della facoltà di Agraria dell'Ateneo palermitano. Una lezione che ha visto salire in cattedra i produttori di grandi cantine siciliane,

Alessio Planeta, Antonio Rallo, Giuseppe Tasca, per parlare, attraverso le loro esperienze, di territorio e strategie di marketing. “Se negli anni '80 le informazioni che aveva il consumatore sul vino erano limitate al prezzo, - ha esordito Planeta – oggi abbiamo di fronte un consumatore consapevole, informato ed esigente. Da qui la ricerca, nel nome sempre della qualità, di “novità” che possano colpire chi visita le nostre cantine”. Un resort dove si organizzano lezioni di cucina, una bottega dentro la cantina, sono ad esempio alcune “chicche” che distinguono la cantina Planeta. Gli scenari sono del resto cambiati, “prima venivano a comprare il vino da noi, adesso bisogna uscire dai confini e far conoscere il proprio prodotto”, ha sottolineato Dario Cartabellotta nel ruolo di moderatore del dibattito al quale, anche per questa ultima lezione, hanno partecipato tanti studenti presso l'aula Magna Gian Pietro Ballatore della facoltà di Agraria. L'internazionalizzazione è in effetti uno dei punti cardine del programma di lavoro che l'Istituto Regionale dei Vini e degli Oli di Sicilia sta portando avanti con grandi progressi. I produttori siciliani sanno sempre più e bene approcciarsi ai mercati esteri. Ma c'è ancora tanto da fare. Se il salto di qualità è stato fatto, ora occorre mantenerlo, integrarlo e migliorarlo. “Si stanno perdendo tante nostre peculiarità agricole – ha detto Tasca – ed invece il segreto sta proprio nell'esclusività dei nostri prodotti. E' la carta vincente che deve camminare di pari passo con la cultura”. Se infatti “la produzione israeliana conta numeri esorbitanti di produzione grazie alla tecnologia, - ha proseguito Cartabellotta – tuttavia temono la Sicilia. Solo noi abbiamo quell'appeal di territorio sul quale dobbiamo puntare”. Una Sicilia “che può definirsi continente – ha commentato Rallo – per le sue varietà di terroir, per i suoi vini unici e diversi fra loro. Occorre produrre un modello di sostenibilità non solo ambientale ma anche sociale”. “Brand ambassador”, è la figura che occorre oggi secondo Cartabellotta che lancia i nuovi temi per il prossimo anno: “Produttività in agricoltura, recupero delle aree, internazionalizzazione, cambiamento e acque”. Sarà insomma un ciclo di seminari più ampio, “ma sono tutti temi che incrementano il valore del nostro territorio”. Tra gli “insegnanti” della prossima edizione? Oscar Farinetti, svela il professore Salvatore Tudisca, ordinario di Economia e Politica Agraria.