

Riunione Rotary Club Messina – 19/10/2010

Il vino quale elemento identificativo del territorio

Puntare sul vino per favorire lo sviluppo e l'economia della Sicilia, è la sintesi della serata rotariana dedicata a "Il vino quale elemento identificativo del territorio". "È una delle realtà del nostro territorio, una delle eccellenze che dà lustro alla Sicilia", commenta il presidente del Rotary Club Messina, Claudio Scisca, introducendo il tema e il relatore della serata, l'avv. Giovanni Sergio. 58 anni, originario di Palermo, dal 1997 è amministratore dell'azienda vinicola "Barone Sergio", nella Val di Noto, con una produzione di 150 mila bottiglie, diretta per l'85% all'estero.

"L'avventura è iniziata tanti anni fa: noi vendevamo uva al 'Corvo di Salaparuta', l'unica azienda siciliana che produceva in maniera consistente, però, non aveva neanche un mq di vigneto e, quindi, comprava uve da tutto il territorio siciliano. Poi andando al VinItaly e verificando le realtà siciliane presenti, mi è venuta l'idea, anche per dare un futuro alle mie due figlie, di elaborare e ristrutturare questo baglio in Val di Noto. Abbiamo fatto lì la cantina e ci siamo buttati in quest'avventura".

"La Sicilia è stata sempre la terra natia del vino, con una tradizione e cultura ultrasecolare" afferma l'avvocato. Una regione che può contare su 570 mila ettari vitati, una buona produzione, della quale il 23% a bacca rossa e il 77% a bacca bianca.

La fotografia vinicola attuale però è deludente perché – spiega l'amministratore Sergio – in Sicilia si assiste, da un lato, alla frammentazione di piccole e medie aziende, che producono da 5 a 300 mila bottiglie e, dall'altro, alle cantine sociali, che hanno assorbito la produzione viticola isolana. Il primo caso, dovuto al dna siciliano che privilegia l'individualismo, danneggia la produzione siciliana nel mercato internazionale, mentre nel secondo, a causa della crisi, la situazione si è deteriorata e le cantine hanno venduto a prezzi bassi a ditte nazionali o estere.

"La Sicilia non sfrutta la ricchezza che è data dalla diversità del territorio, per cui ogni vitigno autoctono deve collegarsi al territorio, perché l'uno diventa volano dell'altro. Forse qualche governante siciliano non lo capisce".

È questa l'unica via: privilegiare e collegare il territorio al prodotto, legame importante dal punto di vista del marketing, creando anche quelle strade del vino o percorsi enogastronomici che qualificano l'ambiente e fanno conoscere le bellezze della Sicilia. Invece non esiste una strategia in questo senso: "Si potrebbe dare un futuro non solo al settore viticolo, ma anche al turismo e a tutto l'indotto" ha dichiarato l'avvocato Sergio.

Su questo punto si è concentrato il dibattito dei soci, nell'analisi delle regole del mercato che spesso sviliscono la qualità e il nome di un buon vino, perché alla base della commercializzazione c'è il prezzo.

Infine, il presidente Scisca ha concluso la serata donando al relatore il volume "1908, quella Messina".

Davide Billa