

## UNA SQUADRA A PIU' VOCI

Il successo di Assovini Sicilia trae origine dalla consapevolezza dell'importanza di ogni socio: grandi e piccoli contribuiscono in modo fondamentale a rendere grande il progetto. Nata dall'idea di tre storici imprenditori, Diego Planeta (Aziende agricole Planeta), Giacomo Rallo (Tenuta di Donnafugata) e Lucio Tasca d'Almerita (Conte Tasca d'Almerita), l'associazione racchiude infatti, realtà diverse, aziende di notorietà internazionale e imprese a conduzione familiare, tutte accomunate dalla stessa filosofia. A differenza di quanto spesso accade in altre realtà, l'associazione non assegna un numero di voti in base alla dimensione della produzione; pertanto ognuno ha la possibilità di esprimere la propria opinione, condividere idee e *know how*.

A ricoprire la carica di presidente è oggi un giovane produttore, Francesco Ferreri, dell'azienda Valle dell'Acate. Ad affiancarlo c'è un consiglio di amministrazione composto da membri che hanno un'età media pari a 40 anni: Mariangela Cambria (vicepresidente e titolare di Cottanera), Antonio Rallo (Donnafugata), Lilly Ferro (Fazio Wines), Alberto Tasca d'Almerita (Tasca d'Almerita), Stefano Caruso (Caruso & Minini), Alessio Planeta (Planeta), Laurent Bernard de la Gatinais (Rapitalà) e Alberto Aiello (Graci).

Ecco l'enologia siciliana raccontata attraverso gli occhi di alcuni dei suoi protagonisti:

**È BIODIVERSITÀ.** *“L'enologia siciliana ha una storia antichissima, che unisce una grande varietà di terroir ed una biodiversità straordinaria. Non esiste una sola Sicilia, ma un vero e proprio continente vitivinicolo – afferma Francesco Ferreri, 38 anni, eletto presidente nel 2014 -. A ciò si aggiunge una capacità imprenditoriale ed una visione che le aziende hanno sviluppato negli ultimi venti anni sposando il concetto di qualità, ma anche comprendendo la necessità di fare squadra. Assovini Sicilia ha contribuito in modo fondamentale a questa evoluzione che ha consentito, in tempi più recenti, di raggiungere una notorietà mondiale: oggi è l'unica realtà*



*associativa regionale a rappresentare un fatturato di 250 milioni di euro ripartito su circa 70 soci”.*

*“La Sicilia è un grande continente vitivinicolo, dove ognuno può ricavare spazio per soddisfare ogni tipo di consumatore, in Italia e all'estero. Assovini Sicilia ha saputo comunicare questa unità nella diversità – gli fa eco Mariangela Cambria dell'azienda Cottanera, vicepresidente al secondo mandato -. Si va infatti, dai territori dove soffia il caldo vento proveniente dal Marocco alle pendici dell'Etna, spesso ricoperte dalla neve, che presentano un clima montano unito alla solarità della nostra regione”.*

Una diversità che deve essere sfruttata anche come risorsa turistica di questa straordinaria regione, risparmiata dalla cementificazione di altre zone d'Italia, capace di emanare un fascino unico, dato dall'incrocio di antiche e svariate civiltà e culture che si sono susseguite nei secoli.

**È TUTELA DELL'AMBIENTE.** Come spiega Alberto Tasca d'Almerita dell'azienda Tasca d'Almerita, la grande sfida futura sarà produrre in modo sempre più rispettoso dell'ambiente per consegnare alle generazioni future un patrimonio integro ed un ecosistema equilibrato. Il concetto di sostenibilità da venti anni a questa parte è entrato a tutti i livelli nelle coscienze dei produttori e molti sono i progetti intrapresi dalle aziende siciliane.

**È DONNA.** A sottolineare il ruolo delle imprese “al femminile” è Mariangela Cambria: *“Il ruolo della donna è cambiato profondamente: se un tempo sosteneva soprattutto il marito impegnato nei vigneti o in cantina, oggi è sempre più spesso una manager che gira il mondo”.* Dello stesso parere Lilly Ferro, delegata regionale dell'associazione Donne del Vino e responsabile estero della Fazio Wines: *“Oggi -spiega- la donna ha voglia di riscatto, di emergere, ed il suo ruolo non è solo nell'area commerciale o dell'accoglienza, ma anche nella professione di enologo o agronomo”.*



**È GIOVANE.** Accanto alle donne anche i giovani o, meglio, le nuove generazioni, si sono dimostrate una grande risorsa. Come sostiene Alessio Planeta, titolare dell'omonima azienda, in una sola generazione la Sicilia è cambiata profondamente, passando da una vocazione orientata alla quantità ad una incentrata sulla qualità. Nello stesso tempo essa da “regione dei brand”, dove poche aziende lungimiranti portavano avanti la propria identità in modo autonomo, è divenuta “regione dei territori”, grazie anche al lavoro di Assovini Sicilia.

**È UN BRAND COLLETTIVO.** Proprio con l'obiettivo di fare conoscere i mille volti della regione è nato dodici anni fa l'evento *Sicilia en Primeur*. Oggi il mercato sa che ci sono “tante Sicilie”, perché Assovini Sicilia ha saputo interpretare al meglio questa molteplice identità con un approccio imprenditoriale. Assovini Sicilia è infatti il “club delle imprese”. Proprio questo modo di fare impresa ha avuto un peso fondamentale per la realizzazione di un ambizioso progetto regionale: la creazione della DOC Sicilia. *“La DOC nasce con l'obiettivo di creare un forte brand collettivo e proteggere l'immagine e qualità del vino siciliano introducendo delle regole e dei controlli certi per ogni bottiglia che porta in etichetta il nome della regione – spiega Antonio Rallo dell'azienda Donnafugata, past president di Assovini Sicilia e oggi presidente del Consorzio Tutela DOC Sicilia -. Si tratta da un lato di una tutela per le aziende serie e per il consumatore, dall'altro di una straordinaria opportunità di comunicazione per l'intero territorio”.*

**È VALORIZZAZIONE DELL'IDENTITÀ LOCALE.** *“Sicilia è sempre un nome di grande appeal. Da una parte le aziende di Assovini Sicilia hanno aiutato la regione a raggiungere una notorietà internazionale, dall'altra questo straordinario territorio rappresenta un vero biglietto da visita nel mondo – afferma Laurent Bernard de la Gatinais dell'azienda Rapitalà -. In alcuni territori, la buona qualità dei vini, unita al loro prezzo accessibile, consentono alla Sicilia di essere molto competitiva nel mercato, anche con i paesi del Nuovo Mondo. In altre zone la caratteristica di questa regione è aver mantenuto un'identità locale forte, legata ai vitigni autoctoni. Assovini Sicilia ha permesso di creare una squadra di imprenditori connotati da peculiarità diverse, ma accomunati dalla mentalità imprenditoriale”.*



**ETNA, FIORE ALL'OCCHIELLO E PUNTA DELL'ICEBERG QUALITATIVA DI TUTTA LA SICILIA** - Tra i piccoli territori legati all'identità locale vi è certamente l'Etna, dove la realtà media è rappresentata da piccole cantine di eccellenza. Una di queste è l'azienda Graci di Alberto Aiello: *“La Sicilia -spiega l'imprenditore- è un grande territorio, con grande storia e grandi persone, che condividono i valori del rispetto e della lealtà. Ognuno è complementare all'altro: le aziende piccole possono avvantaggiarsi del lavoro fatto dalle grandi che hanno aperto la strada ai nuovi mercati, mentre queste ultime possono fare leva sull'appeal legato alla dimensione locale e all'identità peculiare che le prime incarnano. La sfida per il futuro sarà per noi passare da marchio di grande attrazione a classico dell'enologia mondiale”*.

Secondo Stefano Caruso della Caruso e Minini le potenzialità ci sono: *“I siciliani hanno capito che per proporsi in termini internazionali dovevano aggregarsi e recuperare la propria cultura. Hanno inoltre mantenuto i piedi per terra ed oggi sono in grado di offrire un vino alfiere del territorio, ad un prezzo corretto”*.

La valorizzazione di tutti questi aspetti è l'obiettivo che l'associazione Assovini Sicilia si è data sin dalla sua costituzione e che sta portando avanti con sempre maggior entusiasmo.

Ufficio Stampa: Gheusis Srl – tel. 0422 928954 – 334 2413080 – [info@gheusis.com](mailto:info@gheusis.com)