

Vino, cultura, turismo: scelte strategiche per la Sicilia

Scritto da Giovanna Gebbia

Mercoledì 20 Marzo 2013 23:41



Eccellenza, innovazione, internazionalizzazione, cultura e promozione: sono queste le parole intorno alle quali si è sviluppata la conferenza "**Vino, cultura, turismo: scelte strategiche per il futuro della Sicilia**" che ti è tenuto a Palermo il **18 marzo** scorso a **Palazzo Branciforte**, sede della Fondazione Banco di Sicilia.

Già il titolo contiene l'embrione intorno al quale è cresciuto e si è sviluppato il corpo del discorso e la psicologia degli intenti e delle iniziative che sono state espresse dagli organizzatori: **Federazione Strade del Vino** e dei **Sapori di Sicilia**, **Movimento Turismo del Vino** e **Associazione Internazionale Iter Vitis**.

Nomi illustri, esperti del settore, del comparto agricolo vitivinicolo, docenti universitari, hanno esposto relazioni e proposte che hanno affrontato tutti gli ambiti pertinenti alla tematica: **Calogero Impastato**, coordinatore Città del Vino in Sicilia; **Gori Sparacino**, presidente della Federazione Regionale Strade del Vino; **Paolo Benvenuti**, direttore dell'Associazione Nazionale Città del Vino; **Alessio Planeta**; **Salvatore Li Petri**, direttore delle Cantine Settesoli; **Matteo Rizzo**, sindaco di San Vito Lo Capo; **Dario Di Bernardi** dell'Istituto Regionale Vini e Oli di Sicilia; **Ornella Laneri**, presidente di Confindustria Sicilia Turismo e Alberghi.

Alla base di tutto il panorama complesso che si è sviluppato negli ultimi anni nell'ambito della crescita, o decrescita in alcuni casi, con l'avvento della crisi e analizzando le nuove frontiere alle quali guardare in prospettiva, per promuovere il prodotto "Sicilia" innanzitutto e, conseguentemente, la filiera produttiva legata al vino, alla forza trainante che questo prodotto ha fin dai tempi remoti e che nel nostro territorio è rappresentativo di uno sforzo produttivo che negli ultimi anni ha raggiunto una mole di investimenti non indifferente.

Risultati? Certamente ce ne sono stati eccome, anche se gli ultimi periodi non sono stati facili, così come testimoniano le stime riportate da mercato che vede un calo dal quale bisogna prendere spunto e suggerimento per avviare la ripresa non per languire in un lento tramonto!

Apertura internazionale, questo il cardine sul quale fare ruotare le nuove iniziative prendendo a modello esempi come Settesoli e Planeta che grazie ad una progettazione rivolta verso una forma alternativa di incoming non frammentato e ben targhettizzato, hanno realizzato un importante volano promozionale di ricaduta sul territorio che ha richiamato visitatori attratti dal fascino del vino ma che hanno potuto relazionarsi con i luoghi dove oltre alla coltivazione dei terroir si è coltivata cultura, una cultura antica, millenaria, che deve aprirsi al mondo per essere appetibile, competitiva e visibile.

E' chiaro che le strategie migliori nascono dalle sinergie e non dal singolo sforzo che non può avere la capacità e la forza necessaria per resistere con competitor che già da tempo ci hanno preceduto ma, non per questo non possono essere raggiunti e sorpassati, a condizione che vi sia un serio e fattivo coordinamento in grado di veicolare i prodotti del territorio nelle vetrine internazionali e trascinando di conseguenza l'immagine del territorio.

Un territorio che però va preparato, va formato, va istruito, va arricchito di servizi, per generare un'accoglienza di qualità sotto il profilo alberghiero e gastronomico, così come spiega in una sua dichiarazione la D.ssa **Ornella Laneri** Presidente di Confindustria Sicilia Alberghi e turismo: sento dire dagli attori che operano in questo settore che la Sicilia c'è, quello che manca è una vera promozione del turismo!

E' questo l'intento di **Confindustria Sicilia Alberghi e turismo**, **Federazione Strade del Vino e dei Sapori di Sicilia**, **Movimento turismo del Vino** e **Enterprise Europe Network** partner in un progetto che li vede uniti per promuovere l'eccellenza alimentare attraverso un package turistico poli sensoriale.

Obiettivo finale per tutti e che tutti mette d'accordo è riuscire a posizionare il prodotto "Territorio" nella sua unicità e

Vino, cultura, turismo: scelte strategiche per la Sicilia

Scritto da Giovanna Gebbia

Mercoledì 20 Marzo 2013 23:41

nella sua completezza, per affrontare la sfida dei mercati in maniera compatta per attivare un potenziale economico, fino ad ora poco usato con minimi effetti di ricaduta, che renda sostenibilità al territorio in maniera progressiva, esponenziale, costante.

Proprio in questa prospettiva di collegamento tra ambiente, territorio e cultura, **Dario Di Bernardi** dell'Istituto Regionale Vini e Oli di Sicilia ha annunciato la nascita e messa online di un importante strumento: il blog "**Dalla Cultura del Territorio al turismo Enogastronomico**", nato da un progetto specifico per valorizzare nell'ottica dello sviluppo economico, l'identità culturale della Regione e generare nuovi scenari di attrattività turistica.