

In evidenza

Intervista ad Achille Alessi. Nuova comunicazione per il Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria

di: Redazione

14 gennaio 2022



Musica e vino, le note dello swing dell'orchestra HJO in armonia con quelle floreali e di frutta rossa, tipiche del Cerasuolo di Vittoria. **CeraSoul**, la serata promossa ed organizzata dal **Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC**, in trasferta a Catania, è nata da un'idea del presidente del consorzio che ha riunito venticinque cantine per esprimere al meglio vini legati ad un territorio che merita più attenzione mediatica.

In questa intervista con **Achille Alessi**, presidente del Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC, parliamo dell'attività del Consorzio e dei prossimi progetti legati alla promozione e alle comunicazioni dell'unica DOCG siciliana.

Presidente Alessi, finalmente il Cerasuolo di Vittoria sale sul palcoscenico e si presenta al pubblico da grande soirée. Fino ad oggi, abbiamo avuto la sensazione che i vini di Vittoria DOCG e Vittoria DOC siano stati in penombra tra due giganti come il Nero d'Avola e l'Etna rosso.

Sicuramente è arrivato il momento di promuovere questi vini e il loro territorio. Un lavoro che bisogna fare insieme e in sinergia.

Nella diversità delle espressioni delle aziende del Consorzio, quali sono gli elementi che li accomunano?

Il Consorzio rappresenta circa l'85% dei produttori delle province di Ragusa, Catania e Caltanissetta, che sono le tre aree di produzione del vino Cerasuolo di Vittoria DOCG e Vittoria DOC. Si tratta di un territorio più piccolo rispetto ad altri, ma con vini di alta qualità. Ed è proprio la qualità, il fattore chiave che le nostre aziende hanno in comune, insieme ad un forte senso di appartenenza ad un unico territorio.

L'importanza di una serata come CeraSoul, oltre all'evento in sé di degustazione e musica swing, quale è stata?

Il mondo vitivinicolo, così come tanti altri settori, ha risentito pesantemente dell'emergenza sanitaria che ci ha travolto e ci ha portato a modificare le nostre abitudini e la stessa visione del mondo. Ma la passione che accomuna tutti noi produttori è stata la molla che ci ha permesso di andare avanti e di ritrovarci tutti insieme in occasione di CeraSoul per lasciarci avvolgere piacevolmente da questo connubio di musica e vino, perché così come il vino va ascoltato anche la musica va degustata. Note piacevoli, quelle del vino, che sempre riescono a farci compagnia, anche nei momenti più difficili come quelli che abbiamo vissuto a causa della pandemia da Covid19.

Quali sono i prossimi step e le priorità che da presidente del Consorzio affronterà?

Per noi risulta fondamentale far conoscere l'unica DOCG della Sicilia ed è per questo che stiamo programmando per il 2022 un piano di promozione dei vini tutelati dal Consorzio (il Cerasuolo di Vittoria DOCG così come quelli che si fregiano della DOC Vittoria) non solo in Italia ma soprattutto all'estero, sia attraverso incontri fisici che digitali.

Unica DOCG in Sicilia, come si pone il Consorzio di Vittoria rispetto agli altri consorzi siciliani e alle associazioni vitivinicole?

Stiamo discutendo con altre realtà vicine a noi, sia essi consorzi che associazioni vitivinicole, per promuovere insieme il brand Sicilia e di conseguenza la DOCG.

Come è cambiato il mondo vitivinicolo ai tempi della pandemia e quali sono le prossime sfide che lo attendono?

Il mercato dei consumi ha subito delle modifiche con la GDO e le enoteche che hanno sostituito almeno in parte i consumi fuori casa durante i periodi di lockdown, l'on-line che ha visto crescere gli acquisti nelle varie piattaforme e la sempre maggiore presenza di bottiglie anche costose in luoghi diversi, nuovi, come le macellerie o le botteghe di ortofrutta, riposizionando così la vendita. Il rapporto vino e consumatore è inoltre cambiato: c'è una maggiore attenzione verso la qualità, è aumentata la voglia di formazione, di partecipazione a corsi e degustazioni, nonché una maggiore attenzione verso il green e pertanto quella della sostenibilità per molte aziende sarà una scelta obbligata. Le prossime sfide saranno quelle di conquistare la fiducia dei consumatori attraverso la trasparenza e l'autenticità. Dobbiamo parlare con i clienti in modo nuovo, con più empatia e credo che molto ci abbia insegnato questo periodo di pandemia che, nonostante i grossissimi problemi che ci ha dato, ha però di fatto velocizzato i processi di innovazione delle aziende vitivinicole.

Come comunicare al meglio un territorio come quello del Cerasuolo di Vittoria?

Visitare una cantina, partecipare a incontri di degustazione con i produttori, ammirare di persona i luoghi in cui nascono i nostri vini restano certamente la migliore forma di comunicazione dell'unicità di questo vino. Ma non tutti possono farlo. Per coloro i quali vivono molto lontano dai luoghi di produzione sarà pertanto importante cercare di evocare ad ogni assaggio le peculiarità del territorio in cui nasce il Cerasuolo, la sua storia, le sue caratteristiche attraverso immagini e racconti. Pertanto, risulterà ancor più importante la sua comunicazione che dovrà però essere sviluppata con strumenti diversi, adeguati.

Liliana Rosano

articoli correlati:

Cerasoul, il Cerasuolo di Vittoria in concerto il 16 dicembre al Teatro Bellini di Catania



Cerasoul, il Cerasuolo di Vittoria in concerto il 16 dicembre al Teatro Bellini di Catania

Achille Alessi presidente del Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria

Achille Alessi presidente del Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria



Achille Alessi presidente del Consorzio di Tutela del Cerasuolo di Vittoria