

## **Il caso Donnafugata a Pantelleria di Francesca Bizzarri**

“Donnafugata approda nel 1989 a Pantelleria con spirito pionieristico e con l’obiettivo di rivalutare il Passito di Pantelleria, in particolare quello naturale, frutto di un territorio unico e dell’uva Zibibbo. In pochi anni abbiamo messo a punto una produzione di qualità che ha ottenuto un grande successo di mercato” ha spiegato Josè Rallo di Donnafugata il 16 settembre scorso a Pantelleria (Tp). L’incontro sul tema “Vitigni autoctoni, risorsa per l’identità e lo sviluppo del territorio, frontiera dell’enologia italiana” è stato promosso da Symbola, Fondazione per le Qualità Italiane, impegnata sul fronte della “soft economy” a valorizzare “ in un mercato sempre più segnato dal cosiddetto gusto internazionale, l’Italia con la sua tipicità enologica e il suo patrimonio di diversità biologica, paesaggistica e culturale, per vincere il confronto con i produttori stranieri” ha ricordato Ermete Realacci, presidente di Symbola. L’intento è stato quello di “mettere a confronto diverse esperienze di aziende vinicole e di enti ed istituzioni del nostro Paese” ha dichiarato Fabio Renzi, segretario generale di Symbola. Alla tavola rotonda, moderata da Enzo Vizzari, direttore editoriale delle Guide L’Espresso, hanno partecipato, tra gli altri, Franco Bonanini, presidente del Parco Nazionale delle Cinque Terre, oltre a numerosi rappresentanti della stampa italiana ed estera. D’altra parte in quest’epoca di globalizzazione il numero delle aziende orientate alla tutela dei vitigni autoctoni che hanno fatto del recupero dei vitigni antichi, il motore del loro successo, è in crescita. Successo basato sulla sostenibilità dei processi produttivi e sulla divulgazione dell’unicità del prodotto, una potentissima leva di marketing sul mercato globale, che come sostiene Realacci “permette di mettere in rete la cultura locale e di globalizzarla. Il mito di Anteo, nel cui nome promuoviamo gli appuntamenti di Symbola. Anteo, si basa proprio sul gigante della mitologia greca che era imbattibile finché restava con i piedi ben poggiati su sua madre Gea, la terra, tanto che Ercole per sconfiggerlo dovrà sollevarlo sulle spalle”. Un altro caso esemplare è quello del Sagrantino “utilizzato fino agli anni Settanta soprattutto per produrre vini di scarsa qualità, conosciuti solo localmente” ha ricordato Marco Caprai titolare della Cantina Arnaldo Caprai “Ora il Sagrantino è un vino famoso a livello internazionale che ha fatto conoscere in tutto il mondo il territorio di Montefalco e l’Umbria”. A Pantelleria, come in altre piccole isole, la coltivazione della vite è l’unica salvaguardia al degrado dei terrazzamenti e del territorio. In particolare la voce Zibibbo era una delle più importanti dell’economia dell’isola tanto che il catasto borbonico del 1823 la dava come coltura principale. Se nel 1950 la superficie vitata era di 5000 ettari, oggi si è ridotta a meno di 1000. Una viticoltura che senza la collocazione sul mercato di prodotti ad alto valore aggiunto, è condannata all’estinzione. Infatti la densità media di impianto è di 2500 piante per ettaro e la produzione non supera i 40-50 quintali, tanto che “il costo di produzione dell’uva può essere stimato a 2 euro al kg. Una sfida “che noi abbiamo raccolto costruendo una nuova cantina che ci permetterà, a partire da questa vendemmia, di lavorare separatamente le singole partite di uve provenienti dai 42 ettari che abbiamo sull’isola” ha spiegato Giacomo Rallo di Donnafugata “dove alcuni vigneti superano i cento anni, ed hanno piante su piede franco cioè non intaccate dalla fillossera, cresciute in terreni sabbiosi di origine vulcanica che rappresentano un reperto storico oltre che un formidabile patrimonio di biodiversità da salvaguardare”. Nel 1997 il fatturato di Pantelleria rappresentava il 4% del fatturato globale dell’azienda, oggi il fatturato dei vini prodotti sull’isola, grazie ad una lettura corretta delle valenze uniche di questo territorio “è pari al 19% ed il nostro passito è esportato fino in Cina” ha sottolineato Josè Rallo.