

Alberto Tasca, S0Stain: ci sono praterie evolutive in tutte le direzioni della sostenibilità

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Aprile 2025



Sostenibilità nel vino: investimento o costo? Alberto Tasca, presidente di S0Stain Sicilia, smonta i pregiudizi sulla sostenibilità, spiegando perché misurare i dati è la chiave per garantire efficienza, competitività e credibilità. Dalla blockchain alla sostenibilità sociale, un viaggio tra innovazione e responsabilità per un futuro più solido e trasparente del settore vitivinicolo.

La sostenibilità nel vino non è un costo, ma un investimento che migliora l'efficienza aziendale e la competitività. È questa la **visione di Alberto Tasca**, Presidente della

[Fondazione S0Stain Sicilia](#) e AD di Tasca d'Almerita, che in questa intervista esclusiva per [Amorim Wine Vision](#) – network di pensiero che raccoglie visioni originali di imprenditori ed esperti per condividere idee e strategie innovative – smonta preconcetti e **sottolinea l'importanza della misurazione per una vera sostenibilità.**

Tasca evidenzia come la certificazione S0Stain si basi su dati oggettivi per garantire trasparenza e credibilità. L'innovazione digitale, con strumenti come blockchain e intelligenza artificiale, può supportare la sostenibilità, ma va usata con attenzione. **Cruciale anche l'impatto sociale: progetti come EduS0Stain dimostrano come la sostenibilità possa generare valore per le comunità locali.** Un'intervista che offre una prospettiva concreta e lungimirante sulle trasformazioni del settore vitivinicolo.

Alcuni produttori percepiscono la sostenibilità come un costo più che un investimento. Qual è la sua risposta a chi sostiene questa tesi?

Penso sia fondamentale chiarire cosa intendiamo per sostenibilità. Si tratta di un metodo di lavoro basato sul monitoraggio dei dati, che consente di prendere decisioni consapevoli e migliorare l'efficienza aziendale. È vero che l'avvio di un percorso sostenibile comporta un investimento iniziale, soprattutto per la raccolta e l'analisi dei dati, ma **nel medio periodo consente di ottimizzare risorse, ridurre sprechi e migliorare la redditività.** Non si tratta solo di un'opzione strategica, ma di una necessità per chi vuole operare in modo lungimirante. La sostenibilità non è semplicemente un atto di responsabilità ambientale, ma **un'opportunità per garantire maggiore competitività e stabilità alle aziende.**

Molti produttori adottano pratiche sostenibili, ma pochi misurano e comunicano in modo efficace il loro impatto. Crede che la sostenibilità non misurata sia solo un'illusione?

Senza misurazione non possiamo parlare di vera sostenibilità. Un approccio olistico alla sostenibilità richiede dati oggettivi per valutare gli impatti e migliorare continuamente le performance aziendali. La trasparenza è fondamentale non solo per la credibilità dell'azienda, ma anche per comunicare in modo efficace con i consumatori e i mercati internazionali sempre più attenti a questi aspetti.

La certificazione S0Stain sta diventando un modello per altre regioni. Quali territori italiani o internazionali vede come candidati ideali per replicare questo approccio?

Ogni territorio ha sviluppato il proprio modello di sostenibilità, dai programmi negli Stati Uniti e in Sudafrica ai protocolli adottati in Francia. **Ciò che conta è che le unità di misura siano uniformi per garantire confronti coerenti.** S0Stain Sicilia non vuole porsi in competizione con altri modelli, ma piuttosto rappresentare un sistema collaborativo tra produttori e manager per valorizzare il territorio e affrontare le sfide comuni.

L'innovazione digitale può supportare la sostenibilità nel vino? Pensa che strumenti come intelligenza artificiale e

blockchain possano avere un ruolo nello sviluppo e nel controllo delle pratiche sostenibili?

L'innovazione è un pilastro della sostenibilità, ma **bisogna considerare anche il consumo energetico di certe tecnologie**. La blockchain, ad esempio, offre trasparenza e tracciabilità ai processi produttivi, mentre l'intelligenza artificiale rappresenta un'evoluzione simile al passaggio dal pallottoliere alla calcolatrice. L'obiettivo è utilizzare queste tecnologie in modo intelligente per **migliorare le performance aziendali senza generare impatti negativi a livello energetico**.

Nei mercati maturi, come quelli scandinavi, la sostenibilità è un requisito imprescindibile. Crede che arriverà il giorno in cui un vino non certificato sostenibile sarà penalizzato o addirittura escluso dai grandi circuiti commerciali?

La priorità resta produrre vini di qualità. Tuttavia, la sostenibilità sta diventando un driver chiave in diversi settori, dal fashion all'automotive, e questo trend riguarda anche il vino. I consumatori stanno acquisendo maggiore consapevolezza e sempre più spesso scelgono prodotti che rispecchiano i loro valori etici. Il **riconoscimento di S0Stain nello studio Intertek**, commissionato dai monopoli scandinavi, è un segnale importante: **la sostenibilità non sarà più un'opzione, ma un requisito essenziale**.

Il vino è ambasciatore della Sicilia, ma

potrebbe essere anche un mezzo per raccontare il cambiamento climatico e le sue sfide? Come può la narrazione del vino siciliano sensibilizzare il pubblico su questi temi?

Un esempio concreto è il **progetto che abbiamo realizzato con O-I Glass** (multinazionale statunitense, leader nella produzione di contenitori in vetro) per la produzione di bottiglie leggere in vetro attraverso il riutilizzo di rottame di vetro raccolto e riciclato interamente in Sicilia.

Molti Comuni hanno il problema dello smaltimento del vetro ed in questo modo siamo riusciti a creare un circolo virtuoso tra servizi di raccolta vetro, vetrerie e S0Stain, aiutando i Comuni e abbattendo costi e carbon footprint. Questo è spendibile a livello comunicativo, **il consumatore non vuole sentire dichiarazioni generiche, vuole sapere cosa realizzò concretamente.**

Le bottiglie leggere stanno riducendo l'impatto ambientale del settore, ma il vetro resta energivoro. Crede che il futuro della sostenibilità passi per il vetro o ci sono alternative concrete?

Credo che il futuro passi attraverso un'evoluzione delle abitudini di consumo e della ricerca. In passato, le bottiglie pesanti erano sinonimo di qualità, mentre oggi i mercati stanno apprezzando sempre di più le soluzioni leggere e a basso impatto ambientale. **In alcuni Paesi, come quelli scandinavi, il tetrapak viene già preferito al vetro.** Sarà interessante vedere come queste tendenze evolveranno nei prossimi anni.

Nel dibattito sulla sostenibilità si parla poco dell'aspetto sociale. Quali sono le azioni più concrete che un'azienda vitivinicola può adottare per avere un impatto positivo internamente e sulle comunità locali?

L'aspetto sociale è spesso trascurato, ma è cruciale. Noi abbiamo ottenuto la certificazione BCorp che è molto focalizzata sulla sostenibilità sociale, parte da analisi interne ed individua un manager che diventa il collante tra azienda e benessere dei lavoratori.

In questa direzione, con la Fondazione SOStain, abbiamo sviluppato il [**progetto “EduSOStain”**](#) collaborando con due organizzazioni non profit di Palermo (Club Itaca e Yolk) per creare **opportunità di formazione e inserimento lavorativo per persone con difficoltà**. I nostri collaboratori hanno insegnato loro a coltivare un orto, sviluppare packaging e vendere i prodotti, generando un impatto positivo sia per i partecipanti sia per le aziende coinvolte. Questo dimostra che la sostenibilità sociale non è solo un dovere etico, ma anche **un'opportunità di crescita collettiva**.

I nostri collaboratori aziendali sono stati felici di condividere il loro *know how* professionale con persone che affrontano problemi rilevanti. Chi ha ricevuto questa formazione non era mai stato impegnato a questo livello professionale ed hanno mostrato il meglio di loro stessi. **Tutto questo è comunicabile e dimostra che in tutte le direzioni della sostenibilità ci sono praterie evolutive.**

Qual è il più grande errore che le

aziende fanno quando si approcciano alla sostenibilità? E cosa consiglia per evitarlo?

Il principale errore è considerare la sostenibilità come una strategia di marketing anziché un impegno concreto. Se si affronta solo per migliorare l'immagine aziendale o incrementare le vendite nel breve termine, si rischia di perdere credibilità. La sostenibilità è un percorso che richiede impegno e coerenza: se fatta con serietà, **porta benefici tangibili tra cui efficienza operativa, taglio degli sprechi e fidelizzazione dei clienti.**

Punti Chiave:

- 1. La sostenibilità è un investimento strategico** – La sostenibilità nel vino non è un costo, ma un metodo di lavoro basato sulla misurazione dei dati. Ottimizza risorse, riduce sprechi e migliora la competitività aziendale nel medio-lungo termine.
- 2. Senza misurazione non esiste vera sostenibilità** – La trasparenza e la raccolta di dati oggettivi sono fondamentali per valutare l'impatto ambientale, sociale ed economico delle pratiche sostenibili e per comunicare in modo credibile con il mercato.
- 3. Tecnologia e innovazione supportano la sostenibilità** – Strumenti come blockchain e intelligenza artificiale possono migliorare la tracciabilità e l'efficienza, ma devono essere utilizzati con criterio per evitare impatti energetici negativi.
- 4. L'evoluzione del packaging è inevitabile** – Il vetro leggero e il riutilizzo dei materiali sono soluzioni per ridurre l'impatto ambientale. Tuttavia, in alcuni mercati emergono alternative come il tetrapak, segnando

un possibile cambiamento nelle abitudini di consumo.

5. **La sostenibilità sociale è spesso sottovalutata** – Oltre agli aspetti ambientali, le aziende devono investire nel benessere dei lavoratori e nelle comunità locali. Progetti come EduS0Stain dimostrano che la sostenibilità sociale può generare valore condiviso e rafforzare il legame tra impresa e territorio.