

# 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 SOSTAIN, 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 realizzi 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 S0Stain, abbiamo sviluppato il [progetto "EduS0Stain"](#) 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 avvicinano 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.