

Progetto “White Wine Identity”: focus sul vino bianco siciliano

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Maggio 2025



Il progetto “White Wine Identity”, guidato da Cantine Settesoli, è un esempio concreto di come innovazione, sostenibilità e collaborazione possano rilanciare il vino bianco siciliano a livello internazionale. Un'iniziativa ambiziosa che punta a valorizzare i vitigni autoctoni, come il Catarratto, e a costruire una filiera resiliente, tecnologica e competitiva nel lungo termine.

L'intervista a Giuseppe Bursi, Presidente di [Cantine Settesoli](#), offre uno spunto affascinante sulla visione strategica e innovativa di una delle realtà vitivinicole più importanti della Sicilia. Al centro dell'iniziativa c'è il [progetto “White Wine Identity”](#), che punta a valorizzare il

patrimonio vinicolo siciliano, in particolare le varietà autoctone a bacca bianca, e ad affrontare le sfide poste dai cambiamenti climatici e dalle nuove esigenze del mercato. Cantine Settesoli è capofila di questo contratto di filiera quadriennale **assieme ad altre 10 aziende vitivinicole**, di cui 7 siciliane: Cva Canicattì, Colomba Bianca, Azienda Agricola G. Milazzo, Di Bella Vini, Tenute Navarra, Casa Grazia, De Luca (Calabria), Consorzio Colli Euganei (Veneto) e Borgo Molino (Veneto).

Il progetto, grazie al supporto di istituzioni come **l'Università di Palermo**, mira a promuovere il territorio delle terre sicane, **puntando sulla sostenibilità e sull'innovazione**, non solo a livello produttivo ma anche sociale ed economico. In un contesto dove il 55% del fatturato proviene dall'export, la strategia di Cantine Settesoli si rivolge con decisione ai mercati internazionali, in particolare a Germania, Regno Unito e Stati Uniti, per affermare i suoi vini bianchi come ambasciatori di una Sicilia vitivinicola unica. La sfida, quindi, non è solo quella di produrre ottimi vini, ma di costruire un futuro resiliente e competitivo per tutta la filiera vitivinicola del Sud Italia. In un'epoca in cui la sostenibilità è diventata un requisito imprescindibile, Cantine Settesoli non solo risponde alle esigenze del mercato, ma **si propone come modello di riferimento per l'intero settore, unendo ricerca, innovazione, sostenibilità e sinergie territoriali in un progetto concreto di lungo termine.**

Presidente Bursi, il progetto “White Wine Identity” è un'iniziativa innovativa che coinvolge numerosi attori del settore vitivinicolo siciliano. Qual è la visione che ha ispirato questo contratto di

filiera e come si inserisce nella strategia a lungo termine di Cantine Settesoli?

Il contratto di filiera è una struttura che **offre vantaggi significativi rispetto ad altri sistemi di finanziamento**, in quanto consente una maggiore flessibilità. Mentre l'OCM impone dei limiti specifici, questo contratto permette di realizzare una pianificazione a lungo termine che include investimenti, ricerca e comunicazione. Ci consente di pensare a un progetto complesso che coinvolge diverse attività in più anni, al contrario di un finanziamento che si limita a una sola parte, come l'installazione di un impianto di imbottigliamento. **Abbiamo aderito come capofila proprio per il respiro ampio e per le opportunità che offre.** Crediamo fermamente che questo approccio possa portare Cantine Settesoli a realizzare progetti significativi nel futuro prossimo.

In che modo la collaborazione con l'Università di Palermo e le altre aziende siciliane può contribuire al successo del progetto? Quali sono gli obiettivi chiave della partnership tra i vari soggetti coinvolti?

Gli obiettivi principali riguardano la ricerca applicata a tecniche vitivinicole adatte alla Sicilia, un territorio sempre più segnato dai cambiamenti climatici. Ad esempio, uno degli aspetti su cui stiamo concentrando gli sforzi è il **Catarratto, una varietà autoctona siciliana a bacca bianca** che ha un enorme potenziale ma che non è stata ancora valorizzata come merita. La collaborazione con l'Università di Palermo ci permette di **approfondire studi sul terreno, sulle tecniche di vinificazione e sulla sostenibilità**. Inoltre, la ricerca si concentra anche sull'adattamento dei vitigni alle condizioni

di aridocoltura, un tema sempre più rilevante. La sostenibilità è un aspetto centrale, soprattutto per i mercati internazionali, dove la domanda di vini responsabili cresce rapidamente. Questa **sinergia con altre cantine e l'Università** ci consente di creare un ambiente favorevole per l'innovazione e il miglioramento continuo.

Come pensate di promuovere il vino bianco delle terre sicane in Italia e all'estero? Quali strategie specifiche sono state pensate per aumentare la visibilità di questi vini?

La promozione del nostro vino bianco deve partire da una **valorizzazione del territorio, piuttosto che del marchio commerciale**. In ottemperanza alle normative europee, non possiamo promuovere direttamente il marchio, ma possiamo concentrarci su varietà e territori specifici. **La nostra strategia si concentra su due aspetti:**

1. promuovere la DOC Menfi e il territorio delle Terre Sicane, che rappresentano una parte unica della Sicilia.
2. far conoscere i vitigni autoctoni siciliani, come il Catarratto, che rappresentano una risorsa importante per il futuro.

Questo approccio ci consente di **raccontare storie autentiche e di differenziarci sui mercati internazionali**, puntando anche su enoturismo e turismo culturale. La partecipazione a fiere e una comunicazione digitale mirata sono solo alcune delle azioni che intraprenderemo per aumentare la visibilità dei nostri vini.

Prima giustamente mi faceva cenno anche alla questione degli investimenti strutturali. Il contratto di filiera punta anche a modernizzare la struttura aziendale. Quali sono i principali investimenti che Cantine Settesoli intende adottare?

Il nostro obiettivo è migliorare l'efficienza operativa e ridurre l'impatto ambientale. Stiamo investendo in impianti fotovoltaici per coprire circa il 50% del nostro fabbisogno energetico nei prossimi 2-3 anni, il che ci consentirà di diventare più autonomi dal sistema energetico nazionale. Inoltre, stiamo lavorando sulla digitalizzazione e sull'adozione di macchinari ad alta efficienza energetica. Questi interventi, insieme alla coibentazione di alcune vasche, mirano a ottimizzare la produzione e a ridurre i costi di gestione. I macchinari sono una priorità, poiché ci permetteranno di migliorare la gestione e la qualità della produzione. È un piano ambizioso che ci permetterà di essere più competitivi nel lungo periodo.

Il marchio S0Stain è un altro elemento importante del progetto. Come pensate che questo protocollo possa differenziarvi nel panorama vitivinicolo siciliano e internazionale?

Il marchio S0Stain rappresenta un valore fondamentale per Cantine Settesoli, in quanto ci permette di distinguere alcune delle nostre referenze attraverso una certificazione regionale riconosciuta. Questo marchio è un segno di impegno verso la sostenibilità, che è ormai un criterio fondamentale per i consumatori, soprattutto nei mercati del Nord Europa. La

certificazione SOStain, insieme ad altre come VIVA, ci aiuta a rafforzare la nostra identità e a dare maggiore valore ai nostri prodotti. **Siamo consapevoli che non tutte le nostre produzioni possano essere certificate SOStain**, ma puntiamo a includere una parte significativa della nostra gamma. È un passo importante che ci permette di rispondere alle esigenze di un mercato sempre più attento alla sostenibilità.

Il tema della sostenibilità è centrale nel progetto. Come garantite che tutti i soci di Cantine Settesoli siano allineati con i principi di sviluppo sostenibile, non solo in termini ambientali, ma soprattutto sociali?

Partiamo dal presupposto che tutti i nostri vigneti sono coltivati in biologico o con lotta integrata. L'agricoltura sostenibile è alla base della nostra produzione. Inoltre, attraverso il lavoro con l'Università e la ricerca, stiamo cercando di sensibilizzare i nostri agricoltori sui benefici delle tecniche agricole più sostenibili, che riducono l'utilizzo di pesticidi e diserbanti. Ogni anno **organizziamo incontri formativi per trasferire queste informazioni** e per accompagnare i produttori verso una coltivazione sempre più responsabile. La sostenibilità sociale è altrettanto importante, e **puntiamo a un'integrazione tra ambiente e comunità locale**, garantendo un futuro migliore per le generazioni a venire. Questo è il nostro approccio: unire la sostenibilità economica, sociale e ambientale in un progetto integrato che coinvolga tutti i soggetti della filiera.

Riprendendo questo suo spunto, in che modo il progetto "White Wine Identity" e

la sua spinta verso l'innovazione e la sostenibilità possono fungere da modello per altre realtà vinicole italiane, in particolare nel sud Italia?

Il nostro progetto potrebbe diventare un modello per altre aziende, in particolare nel sud Italia, dove le sfide climatiche e agricole sono simili. L'importanza di **unire la ricerca, l'innovazione e la sostenibilità** è un punto di forza che può essere replicato in altre realtà vitivinicole. La nostra collaborazione con piccole aziende, come Colomba Bianca e CVA di Canicattì, dimostra che **anche le cantine di dimensioni più contenute possono trarre beneficio da un approccio sistematico**. Bisogna creare un modello che possa essere facilmente replicato e che porti risultati concreti. È fondamentale che la ricerca, anche attraverso l'università, giochi un ruolo centrale nel trasferire le conoscenze e fare in modo che questo modello diventi una realtà condivisa nel settore.

Il 55% del fatturato di Cantine Settesoli proviene dall'export. Quali mercati internazionali rappresentano la maggiore opportunità per i vostri vini bianchi e come il progetto "White Wine Identity" può stimolare ulteriori esportazioni?

I nostri vini bianchi, in particolare il Grillo e il Catarratto (anche se meno diffuso e conosciuto), sono molto apprezzati nei mercati internazionali, in particolare in Germania, Regno Unito e negli Stati Uniti. Il progetto "White Wine Identity" ci consente di promuovere in modo mirato il nostro territorio e le varietà autoctone siciliane, sfruttando le opportunità offerte dal contratto di filiera. **Le azioni di promozione del territorio saranno fondamentali per migliorare**

la visibilità dei nostri vini all'estero. La partecipazione a fiere internazionali e la creazione di eventi per far conoscere il nostro territorio sono parte della strategia per stimolare ulteriori esportazioni. L'obiettivo è far conoscere la Sicilia come una terra unica, con un patrimonio vitivinicolo ricco e diversificato, che merita di essere apprezzato a livello globale.

Guardando al futuro, quali sono le sfide più grandi che prevede per il settore vitivinicolo siciliano nei prossimi anni e come Cantine Settesoli si sta preparando ad affrontarle?

Le sfide principali per il futuro del settore vitivinicolo siciliano riguardano i cambiamenti climatici e la necessità di innovare. Noi stiamo puntando sui bianchi, in particolare sul Grillo, che ha mostrato un buon andamento sul mercato. Tuttavia, il **Catarratto** rappresenta per me una varietà ancora poco conosciuta, ma con un grande potenziale. **La nostra sfida è riuscire a valorizzarlo e farlo conoscere meglio.** Il nostro approccio prevede un'attenzione costante all'innovazione, alla ricerca e alla sostenibilità. Dobbiamo essere in grado di raccontare la vera Sicilia, fatta di bellezza, tradizione e innovazione. La competizione con altre regioni vinicole è forte, ma siamo convinti che, con l'impegno e la giusta strategia, il futuro del nostro settore possa essere positivo.

Punti chiave:

- 1. Progetto strategico di filiera:** "White Wine Identity" integra ricerca, sostenibilità e promozione per rilanciare i bianchi siciliani, con Cantine Settesoli

- capofila e l'Università di Palermo tra i partner chiave.
- 2. **Focus sul Catarratto:** Vitigno autoctono a bacca bianca considerato centrale per il futuro della Sicilia vitivinicola, al centro della ricerca e valorizzazione.
 - 3. **Sostenibilità a 360°:** Investimenti in fotovoltaico, macchinari efficienti e protocollo S0Stain per ridurre l'impatto ambientale e rafforzare l'identità etica.
 - 4. **Strategia export mirata:** Germania, UK e USA i mercati chiave per promuovere i bianchi siciliani attraverso fiere, enoturismo e storytelling territoriale.
 - 5. **Modello replicabile per il Sud Italia:** Il progetto punta a essere una best practice per tutte le cantine del Mezzogiorno, combinando innovazione, collaborazione e visione di lungo periodo.