

Dal vino una nuova narrazione del territorio: “San Severo Doc modello di aggregazione”

7 Ottobre 2023

di Redazione



SAN SEVERO – Conducono fino alle viscere della città, alla scoperta delle meraviglie sotterranee, i sentieri di San Severo Doc. La cooperazione è la leva del progetto lanciato da cinque cantine che puntano a trasformare i vini locali in attrattori turistici: Pisan-Battèl, Ariano, Antica Cantina, D’Alfonso Del Sordo e d’Araprì.

San Severo Doc, Bicchieri e sentieri di Capitanata abbina vino e Barocco, invita a visitare le cantine ipogee e promuove l’incontro tra produttori e Ho.Re.Ca. sul Gargano.

Rafforzare la presenza delle etichette del territorio sui mercati locali, infatti, è una delle azioni dell'intervento.

Lunedì 16 ottobre, a Vieste (Foggia), è previsto il workshop 'Parola al vino' con grandi ospiti: la chef **Cristina Bowerman**, la sommelier **Betty Mezzina**, i giornalisti **Luciano Pignataro**, **Carlo Cambi** e **Michele Peragine**.

Due giornate, sabato 11 e domenica 12 novembre, a San Severo, saranno dedicate alle visite guidate, al convegno 'Le donne e il vino', ai banchi di degustazione allestiti nel Mat, il Museo dell'Alto Tavoliere. Gran finale con la masterclass dello chef **Domenico Cilenti**.

Il programma dettagliato è stato presentato nella Sala della Ruota di Palazzo Dogana, a Foggia.

Il presidente della Provincia, **Giuseppe Nobiletti**, non ha fatto mancare i suoi saluti, anche in qualità di sindaco di Vieste: "Il vino come il buon cibo sono elementi cardine della nostra tradizione mediterranea. Le diverse proposte ed il mix di esperienze sensoriali, che legano persone e territorio, consolidano mediante l'enoturismo e l'enogastronomia l'offerta turistica nazionale e locale. La Provincia di Foggia è da tempo proiettata verso questo settore e lusinga il fatto che nel nostro territorio ci siano sempre più imprese che puntano a prodotti di altissima qualità, che lanciano, assieme alle molteplici experience, il brand della Capitanata su mercati ambiziosi".

Il sindaco di San Severo **Francesco Miglio** ha ringraziato le cinque cantine, il Gal Daunia Rurale 2020 e tutti gli attori del progetto, portando i saluti anche a nome della Giunta e dell'intero Consiglio comunale: "È un messaggio non solo di promozione del territorio, ma anche culturale quello che noi vogliamo lanciare da questa sala. Noi abbiamo una responsabilità nei confronti della nostra città e del nostro territorio, perché siamo i primi divulgatori di una narrazione sbagliata, ingiusta, ingenerosa, nei confronti di un territorio che ha tanto da raccontare e tanta storia e tradizione da poter tramandare. Questa è un'operazione di inversione di tendenza, per la promozione di una narrazione diversa, più giusta, più rappresentativa del nostro territorio e della nostra comunità. Se questo racconto a più voci inizia dalla prefazione per scrivere poi tanti bei capitoli, possiamo fare una operazione davvero interessante, che rende giustizia a questo territorio".

Il progetto è finanziato dal Gal Daunia Rurale 2020 nell'ambito del bando relativo all'Intervento 1.4 - 'Reti di Cooperazione del Distretto del cibo della Daunia Rurale', a valere sui fondi Psr Puglia 2014-2020 - Misura 19 - Sottomisura 19.2.

“Come Gal abbiamo puntato molto sulla cooperazione, mettendo a disposizione fondi consistenti e strumenti capaci di potenziare filiera corta e mercato locale – dice **Pasqua Attanasio**, presidente del Gal Daunia Rurale 2020 – . La vera anima del nostro territorio sono i produttori, e lo dicono le statistiche. La quantità e la qualità delle produzioni dell’Alto Tavoliere hanno indotto il Gal Daunia Rurale 2020, nella programmazione ancora in corso e nella strategia 2023-2027, a finanziare, attraverso i fondi leader, alcuni progetti di cooperazione. Siamo stati i pionieri. Questo su vino e spumante è un progetto importante che valorizzerà in maniera innovativa e creativa i vitigni autoctoni dell’Alto Tavoliere. Il tutto in un’ottica di promozione dell’offerta che guarda al Distretto del Cibo della Daunia Rurale, riconoscimento a cui sta lavorando l’intero territorio”.

L’organizzazione è affidata a Pugliaidea.

“Oggi non si può vendere il proprio prodotto e basta. Dietro ogni prodotto c’è una storia, fatta dagli uomini, che va raccontata. Bisogna cercare di abbinare la vendita al territorio e far scaturire da questo delle emozioni, che diventano il propulsore per aumentare conoscenza e fruibilità di un luogo – spiega la project manager **Ester Fracasso** – . Abbinare i servizi dell’accoglienza con elementi esperienziali, come il vino e il cibo, diventa fondamentale per creare il brand del territorio e accrescerne la conoscenza e la fruizione. È indispensabile che la conoscenza dei prodotti vitivinicoli passi attraverso l’industria turistica. Per industria turistica, nel caso specifico, si intende il sistema alberghiero e di ristorazione del territorio del Gal Daunia Rurale, ma non solo, anche dei Comuni distanti fino a 70 Km”.

Capofila del progetto è la Cantina Pisan-Battèl. La distorsione dei cognomi dei suoi fondatori, **Antonio Pisante** e **Leonardo Battello**, strizza l’occhio alle denominazioni e alle dominazioni francesi. “A San Severo, almeno negli ultimi cinquant’anni, è mancata l’aggregazione – ha affermato Antonio Pisante – . Oggi, cinque aziende che si conoscono, dialogano tra loro, ma che non hanno mai fatto nulla insieme, sono un modello e un esempio importante”.

La Cantina Ariano produce vini biologici Igt e spumante metodo classico. “Ultimamente ci siamo rivolti al territorio, perché prima eravamo più interessati ad altri mercati e ai processi di internazionalizzazione – spiega **Manuela Ariano** di Ariano Terra & Famiglia – . Nelle nostre etichette esportiamo l’identità territoriale. Lavoriamo solo vitigni autoctoni, rappresentativi della zona di produzione, proprio per dare maggior lustro a varietà come il Bombino Bianco o il Nero di Troia. San Severo Doc è la dimostrazione che anche qui si può fare rete e raccontare la bellezza. I nostri vini saranno i vettori, parleranno per noi”.

L’Antica Cantina è nata nel 1933, conta circa 300 soci e trasforma l’uva di oltre 2.000 ettari.

“Imbottigliamo circa tre milioni di bottiglie che vendiamo non solo in Italia e in Europa, ma anche negli Stati Uniti, in Giappone, in Cina – racconta **Ciro Caliendo**, presidente dell’Antica Cantina – . Abbiamo sempre sostenuto la promozione del territorio. Oltre all’aggregazione, crediamo fortemente nel confronto tra aziende, perché è sempre costruttivo, a differenza della competizione. Insieme si vince”.

“Siamo viticoltori dal 1860, come recita il nostro slogan. Abbiamo sempre investito nel territorio proprio perché crediamo in una vocazione esclusiva, dovuta al fatto che ha terreni particolarmente calcarei, un’esposizione ai venti e soprattutto un microclima che determina le perfette condizioni per la maturazione e per la coltivazione della vite – ha affermato **Gianfelice D’Alfonso Del Sordo** delle Cantine D’Alfonso Del Sordo – . Negli anni abbiamo puntato molto sulla riscoperta di alcuni vitigni. La nostra azienda ha sempre creduto nell’aggregazione e nella cooperazione, perché il territorio ha bisogno di sinergia per avere una maggiore visibilità sia sul mercato interno che sui mercati internazionali”.

La Cantina d’Araprì è “nata nel 1979 da uno scherzo di tre amici che suonavano jazz insieme, appassionati di musica, che decidono di puntare al top dell’enologia, producendo spumante metodo classico a San Severo – ha raccontato **Anna D’Amico** – . Ma con un’idea già precisa in mente: portarci dentro il territorio, con vitigni autoctoni, in un periodo in cui non venivano valorizzati, e con la scelta di avere la cantina di affinamento nel centro storico di San Severo, una città che è ricca di cantine settecentesche. Chi viene a trovarci, ha la possibilità non solo di scoprire il mondo dell’enologia legata alla spumantizzazione, ma anche di fare una passeggiata nei sotterranei di San Severo, in un’altra città che sembra invisibile. Vogliamo promuovere il territorio, e non farlo più da soli, ma insieme ad altre aziende per essere più forti e quindi far sentire di più la voce che questo territorio ha bisogno di far ascoltare”.

In chiusura, è stato presentato il video promozionale realizzato da **Mario Clarendon** e **Ciro Aquilino**, 3D artist, accattivante tassello dello storytelling che, anche attraverso l’intrigante campagna di comunicazione curata da Red Hot, punta a emozionare il consumatore.