

Arte, Libri e Musica

Progetto Di-vino, sull'Etna il fotografo delle vigne Leif Carlsson

di: Redazione

12 febbraio 2024



Una settimana intensa per Leif Carlsson, il fotografo delle vigne, tornato sull'Etna dopo anni per visitare le 5 aziende vitivinicole Benanti, Cottanera, Graci, Girolamo Russo, I Custodi delle vigne dell'Etna, protagoniste assieme al Dipartimento Di3A dell'Università di Catania, del progetto Di-vino (Innovazione Digitale Vino Marketing Esperienziale).

I suoi scatti d'autore sono dedicati ad un paesaggio unico, "estremo" ed "eroico" come pochi altri luoghi al mondo", come lui stesso ha commentato, "con la maestosità di un vulcano attivo", la cui lava ridisegna il suo volto dopo ogni nuova eruzione, la bellezza dei terrazzamenti e dei vigneti, in cui i muretti di pietra a secco fanno da cornice discreta: "Qui la pietra è più selvaggia" dice Carlsson.

Di fama internazionale, vincitore 2019 del prestigioso Champagne Louis Roederer Artistry of Wine Award (The Louis Roederer International Wine Writers' Awards 2019) Leif Carlsson ha sviluppato una passione per il mondo della vinificazione ed è diventato lui stesso una sorta di intenditore di vini francesi. Ha fotografato per molti dei migliori produttori di vino francesi e co-autore di numerose pubblicazioni, tra cui "Vignerons essentiels" con i testi di Jeremy Cukierman, che già qualche anno fa lo portò per la prima volta sull'Etna.

I muretti a secco (Dry Stone Walls) rappresentano, infatti, un elemento di grande valore paesaggistico e di salvaguardia della biodiversità, tanto da essere stati inseriti nel 2018 nella lista dei beni immateriali patrimonio dell'Umanità, tra i primi esempi di architettura rurale quali "perfetto esempio di armonia tra uomo e natura".

Il progetto Di-Vino, Innovazione Digitale Vino Marketing Esperienziale, finanziato dal PSR Sicilia 2014-2022 – Sottomisura 16.1 ruota, appunto, attorno alla conservazione e alla valorizzazione del "muretto a secco", su ciò che esso rappresenta in sé e per sé, con la particolarità sull'Etna di essere realizzati con la pietra lavica, unico esempio dell'intera area mediterranea, ma soprattutto in relazione alla sua preziosa funzione: quella di aver permesso all'uomo di costruire terrazzamenti e reso coltivabile un terreno, altrimenti impervio, ancora oggi "estremo" per usare le parole del maestro Carlsson e di aggiungere allo straordinario storytelling dell'Etna e del vino, anche la storia del muretto a secco che, in qualche modo, ne costituisce l'impalcatura.

Per raggiungere l'obiettivo, il progetto Di-Vino svilupperà la campagna di marketing esperienziale dal titolo *"Custodisci i Muretti a Secco"*. "Tutto è partito da una ricerca condotta nel 2020 dal nostro Dipartimento – spiega il docente del Dipartimento Di3A Unict Gioacchino Pappalardo, responsabile scientifico del progetto Di-Vino –

Quando abbiamo chiesto a 800 intervistati se avessero mai focalizzato l'attenzione sui muretti a secco; abbiamo cercato di cogliere quale fosse la loro percezione circa il valore intrinseco paesaggistico e culturale dei muretti a secco, e quindi intercettare la disponibilità a contribuire economicamente alla loro salvaguardia. I risultati, devo dire, sono stati sorprendenti, raccogliendo un grandissimo interesse".

I muretti a secco infatti "raccontano" quell'antica maestria artigiana, tramandata di padre in figlio; "evocano" il senso della fatica e della pazienza, di mani che incastrano l'una sull'altra ciascuna pietra scelta; "trapelano" sentimenti di amore e bellezza di chi si prende cura di ciò che è prezioso e per questo, degno di essere custodito come tradizione, ma soprattutto come futuro.

"I produttori di vino che sull'Etna hanno investito in questi ultimi venti anni – commenta il docente Gioacchino Pappalardo – hanno portato avanti un lavoro di conservazione e di sviluppo del territorio straordinario e creato un binomio indissolubile Vino-Etna e sono loro i primi custodi dei muretti a secco, per il cui mantenimento, oggi servono risorse e manodopera altamente specializzata".

"Le cinque aziende che costituiscono il partenariato del progetto sono i primi protagonisti di questa campagna di marketing esperienziale – spiega la Innovation broker Federica Eccel – nelle loro vigne creeremo dei percorsi guidati attraverso cui condurre gruppi di visitatori stranieri e italiani, dai quali raccoglieremo e decodificheremo l'esperienza. In questa azione ci aiuterà un grande esperto di vini Benjamin Spencer, giornalista da anni ormai qui sull'Etna, dove ha fondato la Etna Wine School".

Nell'ambito del progetto verranno utilizzate anche tecniche innovative di marketing esperienziale, che faranno esplorare il "terreno non materiale" dei sistemi blockchain, degli NFT (Non-Fungible Token) per approdare a nuovi ambiti e scavalcare ogni frontiera. E scoprire, per esempio, come si possa "virtualmente" portare a casa anche un metro di "muretto a secco", per adottarlo e prendersene cura.

R