

Appuntamenti

Il Fenomeno Etna tra mercati globali, radici e nuova accoglienza: a Linguaglossa il punto sul futuro del vulcano

di: Redazione

26 ottobre 2026



In una congiuntura complessa in cui il mercato vitivinicolo globale sperimenta contrazioni e ripensamenti dei consumi, c'è un territorio che continua a muoversi in decisa controtendenza: l'Etna. Nell'ambito della 5ª edizione di Piazze del Gusto, l'Aula Consiliare del Palazzo di Città di Linguaglossa ha fatto da cornice al convegno "Il Fenomeno Etna, tra radici storiche, mercati globali e nuova accoglienza".

Un momento di confronto e bilancio sullo stato dell'arte del vigneto-vulcano, moderato da Paolo Li Rosi (Direttore di Culture & Terroir Magazine), che ha esplorato le direttrici chiave del successo etneo: la solidità commerciale estera, la tutela del valore della denominazione, la promozione corale, le nuove frontiere dell'enoturismo esperienziale e il passaggio generazionale.

La visione internazionale: il brand Etna regge i mercati e conquista l'alta ristorazione

Ospite di punta della tavola rotonda, il Master of Wine Pietro Russo ha delineato con chiarezza la caratura internazionale del brand etneo. L'Etna – ha sottolineato Russo – ha ormai superato la fase della “scoperta esotica”, consolidandosi tra i classici contemporanei dell'eccellenza vinicola mondiale.

La vera forza propulsiva e distintiva del vulcano sta nella sua capacità di presidiare le carte dei vini dei più prestigiosi ristoranti internazionali ancor prima degli scaffali della grande distribuzione. Grazie a un profilo stilistico fondato su freschezza, tensione acida, eleganza e marcata verticalità – diametralmente opposto allo stereotipo del vino mediterraneo caldo e opulento –, l'Etna risponde perfettamente ai gusti dei sommelier e dei consumatori più esigenti di Stati Uniti, Nord Europa e Asia. Un'identità che si riflette anche nei principi di viticoltura eroica, tutela dei terrazzamenti e custodia attiva del paesaggio agricolo.

Il ruolo strategico di Assovin: la Sicilia che conquista il mondo

A rafforzare la centralità della promozione collettiva è intervenuto Graziano Nicosia, Consigliere di Assovin Sicilia (nonché produttore con Tenute Nicosia). Nicosia ha ripercorso la missione storica dell'associazione: fungere da ambasciatrice del vino siciliano ed etneo nel mondo.



Fiore all'occhiello di questa visione strategica è Sicilia en Primeur, l'evento annuale che porta in Sicilia oltre 300 giornalisti e buyer da ogni angolo del pianeta, conducendoli anche nelle isole minori per toccare con mano la biodiversità dei terroir, i vigneti e l'identità umana dei singoli produttori. Una sinergia virtuosa che, unita a un'incessante attività di internazionalizzazione e roadshow all'estero, permette di valorizzare la denominazione etnea all'interno dell'incredibile mosaico del “continente Sicilia”, coniugando crescita manageriale e forte radicamento etico e ambientale.

Tutela, paesaggio e territorio: il ruolo della governance e degli interpreti del territorio

Il dibattito ha toccato tutti gli snodi nevralgici della filiera vitivinicola etnea attraverso le voci dei protagonisti:

Francesco Cambria (Presidente del Consorzio di Tutela Vini Etna DOC): ha fatto il punto sulla governance della denominazione. Con la saturazione delle superfici rivendicabili, la priorità assoluta è preservare l'alto valore della DOC, scongiurando rischi di sovrapproduzione o svalutazione del prezzo medio. Ampio risalto è stato dato al pionieristico lavoro sulle Contrade e ai prossimi passi verso la DOCG, garantendo al contempo che l'esplosione dei flussi enoturistici non snaturi la vocazione primaria e autentica del territorio.

Serena Costanzo (Generazione Next e produttrice, Palmento Costanzo): ha portato la voce del ricambio generazionale, raccontando come i giovani produttori stiano raccogliendo l'eredità pionieristica dei padri innestandovi moderni standard manageriali. Un impegno che passa da codici comunicativi più diretti ed empatici con i consumatori coetanei e da una visione etica di rigenerazione ecologica e resilienza climatica.

Rocco Trefiletti (Consigliere dell'Associazione Strada del Vino e dei Sapori dell'Etna), intervenuto in rappresentanza della presidente Gina Russo: ha illustrato il modello di turismo lento ed esperienziale, fondamentale collante tra cantine, ristoranti e borghi rurali. Trefiletti ha evidenziato come fare rete tra piccolissimi vignaioli e grandi marchi storici sia l'unica chiave per una promozione democratica, omogenea e diffusa su tutti i versanti del vulcano, affrontando le criticità infrastrutturali e logistiche nel rispetto del paesaggio.

Laura Giuffrida (Consigliera dell'Ordine dei Dottori Agronomi e Forestali di Catania, delegata dalla Presidente Aurora Ursino): ha focalizzato l'attenzione sulla salvaguardia tecnica e normativa dell'architettura rurale etnea, a partire dai terrazzamenti in pietra a secco e dagli alberelli storici. Di fronte alle sfide imposte dai cambiamenti climatici, la consulenza agronomica di precisione – per la gestione del suolo vulcanico, delle risorse idriche e delle chiome – e la collaborazione con il Consorzio per la mappatura georeferenziata si confermano strumenti indispensabili per trasferire competenze alle nuove generazioni.



Gioacchino Pappalardo (prof. Di3A – Università di Catania): ha presentato le nuove opportunità formative – come il percorso accademico in Viticoltura, Enologia ed Enomarketing – e il progetto Di-Vino (Innovazione Digitale Vino Marketing Esperienziale). La ricerca scientifica dimostra che il valore percepito ed economico di una bottiglia cresce significativamente quando è ancorato a un'esperienza culturale e identitaria autentica, valorizzando elementi unici come i muretti a secco riconosciuti dall'UNESCO.

Carmelo M. Vicario e Francesca Ferraioli (Prof. Università di Messina): hanno aperto prospettive pionieristiche legando neuroscienze, neuromarketing e realtà immersiva all'enoturismo. Dalle simulazioni sensoriali per attivare la memoria emotiva del terroir prima ancora di stappare la bottiglia, fino allo straordinario potenziale di inclusività che consente a persone con disabilità motorie o lontane migliaia di chilometri di vivere l'esperienza visiva ed emozionale di un vigneto su lava.

Un modello che guarda avanti

Il convegno di Linguaglossa ha confermato una verità inequivocabile: il successo dell'Etna non è un fenomeno effimero o passeggero. È il risultato di una felice sintesi tra natura straordinaria, visione strategica di consorzi e associazioni, rigore agronomico e capacità di intercettare il consumatore globale attraverso l'alta ristorazione e un'accoglienza di altissimo profilo. Una rotta tracciata con fermezza, che valorizzando anche le risorse umane, continua a fare della "Muntagna" un punto di riferimento per l'intero panorama vinicolo italiano ed europeo.