

Genere di media: stampato  
Tipo di: stampa specializzata

Tiratura: 4'772  
Uscita: settimanale  
Rilascio: in abbonamento

## Attualità regionale

### Progetto "UNITI"

#### Etichetta "UNITI":

Il progetto ha come scopo quello di creare un prodotto che unisca i vinificatori ticinesi nel proporre un vino concorrenziale e un'etichetta per il canale della ristorazione. Ogni cantina può aderire al progetto selezionando dal proprio assortimento un vino della prima fascia di prezzo e apporvi l'etichetta "UNITI". Il vino sarà accompagnato sui tavoli dall'apposita spiegazione con l'elenco dei promotori dell'iniziativa.

L'origine del nome Merlot la si fa risalire al "merlo" che ama cibarsi di questa particolare uva. Per questo si è deciso di inserire sull'etichetta l'immagine di un merlo. Il prezzo di vendita per il consumatore al ristorante è stato definito con GastroTicino e non supererà i 25 franchi alla bottiglia.



Si è tenuta nella sempre suggestiva cornice della Casa del vino Ticino a Morbio Inferiore la conferenza stampa di presentazione del progetto "UNITI": Merlot Ticino DOC.

«Si tratta di un vino per ripartire» ha annunciato Umberto Valsangiacomo, presidente di Ticinowine, «un progetto che ha riunito allo stesso tavolo tutti gli attori delle filiere dell'agroalimentare e ha permesso di offrire alla ristorazione un vino che si inserisce in una fascia di prezzo concorrenziale con i vini esteri e avvicina al contempo il consumatore al nostro vino». Al progetto hanno aderito, per ora, nove aziende ma i promotori si dicono fiduciosi nell'aumento dei possibili partner. In sostanza su vari Merlot DOC provenienti da differenti Cantine ticinesi sarà posta l'etichetta "UNITI", che indicherà l'adesione al progetto da parte della Cantina.

Andrea Conconi, direttore di Ticinowine, ha voluto sottolineare come il tutto sia stato coordinato dal Centro di Competenze Agroalimentari Ticino (CCAT) e ha voluto ringraziare sentitamente tutti gli attori coinvolti: Ticinowine, GastroTicino, HotellerieSuisse Ticino, Associazione Campeggi Ticinesi, Unione Contadini Ticinesi e Ticino Turismo. «Abbiamo appena vissuto un periodo che ha richiesto enormi sacrifici e innumerevoli sforzi da parte di tutti gli attori della filiera» ha ricordato Conconi. «Durante il lockdown abbiamo visto la popolazione ticinese avvicinarsi al territorio e adesso vogliamo che questa vicinanza rimanga

saldamente ancorata ai nostri prodotti». Una promozione, quella del progetto "UNITI", che si protrarrà fino alla fine di dicembre «miriamo a raggiungere un quantitativo pari a 30mila bottiglie» ha concluso il direttore di Ticinowine.

Anche Massimo Suter, presidente di GastroTicino, ha ricordato invece come «da anni si stia cercando di promuovere le eccellenze del nostro territorio. In tempo di crisi vanno trovate anche delle soluzioni per guardare avanti. La potenzialità del settore è enorme».

Sibilla Quadri, direttrice del CCAT, si è detta soddisfatta dalla positività con cui è stata accolta l'iniziativa «crediamo nella forza dell'unione. Ora più che mai è importante mostrarsi solidali e diffondere un messaggio di collaborazione e sostegno reciproco» ha detto ricordando anche la campagna lanciata a favore della ripresa economica del Cantone #ripartiamo, «Non dimentichiamo che i nostri produttori in pochissimo tempo si sono riorganizzati per garantirci merce fresca e genuina in un periodo, come quello appena vissuto, di chiusura quasi totale». Un invito infine è stato lanciato da tutti i promotori del progetto, a voler diffondere e sostenere l'iniziativa del Merlot DOC UNITI. «Invitiamo tutti quanti, residenti e turisti, a scegliere quest'etichetta "UNITI", per accompagnare i propri pasti, in segno di solidarietà per i nostri viticoltori, per il nostro territorio, per la nostra economia».

PB