

# società & cultura



Sicilia Jazz Fest  
tutto pronto  
per il debutto

SERVIZIO pagina 15

STILI DI VITA

## Sicilia: mare, sole e cibo un'icona per i Millennials

Vincono generosità e ospitalità. La ricerca realizzata da Birra Messina con l'Associazione italiana giovani per l'Unesco

È in atto già da qualche tempo una rivoluzione: più tempo per se stessi, più natura, più spazi, in una parola, più qualità della vita. Ad aver introdotto il cambio di passo sono i Millennials che hanno ribaltato il paradigma dei valori, mettendo in cima alla scala un nuovo concetto di ben vivere e andando alla ricerca di luoghi che ne incarnino l'essenza. La Sicilia è uno di questi, è il nuovo "posto del cuore", e lo stile di vita siciliano è una tendenza, un modello a cui molti si ispirano, ne parlano tutte le parole chiave di ricerca sul vivere bene e sul concetto rinnovato di qualità della vita: c'è interesse a sperimentare il modo in cui i siciliani vivono, mangiano, lavorano, si divertono e rilassano. La Sicilia, per le sue caratteristiche, è un brand amato ed apprezzato dai giovani e non solo, che siano siciliani, italiani o stranieri. Nell'estate 2021 è stata la meta turistica preferita dai Millennials e il motivo è semplice: una grande ricchezza tra storia, arte, cultura, mare, natura... e una qualità della vita molto alta, tanto da essere eletta icona del "ben vivere".

Ma quali sono gli aspetti che rendono la Sicilia e il suo stile di vita un modello unico al mondo? Lo stile di vita tipicamente siciliano, per chi è siciliano e per chi non lo è, può essere sintetizzato in tre pilastri fondamentali: ospitalità, cucina locale e ricchezza di bellezze ed esperienze da vivere. Lo rivela una ricerca realizzata da Birra Messina con Aigu - Associazione Italiana Giovani per l'Unesco, dal titolo "I segreti dello stile di vita siciliano" che indaga gli aspetti che rendono la Sicilia un'icona per i Millennials (siciliani e non), gli

LA SICILIA SI SENTE

### Già online sui canali social Le tre nuove storie di meraviglia tutta isolana

Dopo il successo dello scorso anno, Birra Messina lancia nel 2022 un'edizione tutta nuova e più ricca de "La Sicilia si sente". Dopo aver fatto sentire ai consumatori la ricchezza della Sicilia, quest'anno Birra Messina permetterà loro di viverla. Le tre nuove storie di meraviglia siciliana sono già sui canali social di Birra Messina (Instagram e Facebook) e sui canali digitali. Ma la nuova piattaforma porta con sé un'altra grande novità. A tre anni dal lancio di Birra Messina Cristalli di Sale, il brand invita i suoi appassionati consumatori a gustare un'immersione nella Sicilia più autentica. Non più solo storie da leggere, ascoltare e vedere ma esperienze che i consumatori hanno potuto vivere "travolti" dalla ricchezza e dalla generosità tipiche della Sicilia. Ma non solo.

Ricchezza, generosità e passione sono i valori di questa terra che ispirano Birra Messina e che ritroviamo nei singoli episodi, con i protagonisti delle storie:

#### 1. Melinda Alaimo e Salvatore Scherma

Ceramista e illustratrice professionista lei, architetto e designer lui. Grafica, pittura e ceramica che si incontrano per dare vita insieme ai due nuovi bicchieri di Birra Messina in edizione limitata. Ogni bicchiere racconta la storia dell'artista che ne ha ideato i fregi e svela i segreti di una ispirazione legata a questa terra ricca di meraviglie inaspettate. <https://youtu.be/GoG-sHb4vac>

#### 2. Bianca Celano

Forza di volontà, passione e amore per la Sicilia. Queste poche parole descrivono al meglio Bianca Celano, chef di Catania che, all'età di quarant'anni, ha scelto di togliere tacchi e tailleur per mettersi toque e grembiule. Ex manager di una multinazionale, ha deciso di vivere una seconda vita da dedicare completamente ai fornelli, alla ricerca di un nuovo modo di fare convivialità. <https://youtu.be/jew-83ZGIIA>

#### 3. Damiano Rotella

Un carrozziere d'altri tempi, così si definisce Damiano Rotella, un ragazzo catanese in grado di realizzare con passione il suo più grande sogno: restaurare carretti siciliani. <https://youtu.be/aQDYmvekxwg>



stessi aspetti d'altronde che hanno ispirato Birra Messina e la seconda edizione della piattaforma digitale "La Sicilia si Sente".

A tre anni dal lancio sul mercato nazionale di Birra Messina Cristalli di Sale, il brand invita i suoi appassionati consumatori a gustare un'immersione nella Sicilia più autentica attraverso le nuove storie di chi in questa terra ci è nato e ha scelto di viverci, trasformando antichi mestieri e tradizioni in scommesse imprenditoriali e in attività che valorizzano lo stile di vita tipicamente siciliano, le bellezze naturalistiche e culturali dell'isola, soprattutto quelle meno note e fuori degli stereotipi.

Il risultato dell'indagine condotta da Birra Messina con Aigu è una vera e propria classifica che, in alcuni casi, vede, siciliani e non, concordare sugli aspetti che rendono lo "stile di vita siciliano" icona del ben vivere. Partendo dagli italiani che non sono nati sull'isola o non hanno origini siciliane, secondo il 39% al primo posto della classifica sugli aspetti del ben vivere tipicamente siciliano si posiziona la generosità e l'ospitalità dei

siciliani a cui fa seguito al secondo posto la cucina locale molto radicata con le sue tante ricette della tradizione ancora attuali (17%). Ad esercitare il fascino sull'idea del ben vivere siciliano, c'è anche la ricchezza - più di altre regioni - di musei e siti di altissimo valore storico artistico (al terzo posto della classifica con 16%). Segue la numerosa offerta di paesi e borghi dove si vive più a misura d'uomo, bilanciando lavoro e tempo libero con più facilità (9,5%). A continuare la classifica, le tradizioni locali rimaste vive nel tempo e le feste locali, talvolta aperte anche ad un pubblico di altre regioni (6,3%), ma non poteva mancare anche il suo essere circondata da uno dei mari più belli d'Italia (5,7%). Anche il senso della famiglia e l'importanza dei momenti trascorsi insieme (2,5%) è essenza dello "stile di vita siciliano". In chiusura, il suo essere una regione variegata e a volte piena di contrasti, luogo d'incontro di colori e culture del mediterraneo (1,9%).

Ma cosa ne pensano i siciliani? Anche per chi è nato o vive sull'isola al primo posto della classifica si piazza l'accoglienza, la generosità e l'ospitalità delle persone che ci vivono (31,2%), seguite dalla cucina locale radicata con le sue ricette della tradizione (17,7%). A differenza dei loro connazionali, i siciliani posizionano al terzo posto l'offerta di innumerevoli paesi e borghi, dove si vive più a misura d'uomo, bilanciando lavoro e tempo libero con più facilità (16,7%) dando conferma di avere un occhio particolare per una equilibrata qualità della vita. Mentre quella che per "il resto degli italiani" era la terza scelta, qui si rivela la quarta: la Sicilia è ricca - più di altre regioni - di musei e siti di altissimo valore storico artistico (13,54%). In fondo, non la pensano poi così diversamente i siciliani e i non siciliani. Ma chi è nato in quest'isola è consapevole, e lo apprezza, che si tratti di una regione variegata, luogo di incontro di colori e culture del mediterraneo (10,4%). Si prosegue con la presenza di molte tradizioni locali rimaste vive nel tempo con coinvolgenti feste locali, talvolta aperte anche ad un pubblico di altre regioni (3,13%). Chiudono la classifica l'importanza della famiglia e l'abitudine di trascorrere momenti insieme (3,1%) e la bellezza del mare (tra i più belli d'Italia) che avvolge l'isola (2,1%).

TRA LA CIMIA E IL MONTE FORMAGGIO UN CROCEVIA DI STORIA E BELLEZZA

## Dalla ficodindicoltura al turismo la nuova scommessa di San Cono

PASQUALE ALMIRANTE

La Cimìa e il Monte Formaggio, che tanto impressionarono Gesualdo Bufalino durante il suo pellegrinaggio in Sicilia ("La luce e il lutto", 1996), diventano luoghi di escursione e di sosta, di interesse turistico, paesaggistico e naturalistico, grazie al coraggio di una giovane imprenditrice sanconese, Enza Milazzo, che ne ha colto l'importanza strategica, individuandone un futuro di sviluppo, basato sui supporti logistici, le reti social, le sinergie, la sostenibilità ambientale.

Posta al baricentro di un excursus storico-culturale che raggiunge con uguale distanza di pochi chilometri Piazza Armerina e la Villa del Casale, Morgantina, Caltagirone, Gela e Mazzarino, la Cimìa, interessata dagli scavi archeologici sul Monte Buh-

bonia (iniziati da Paolo Orsi nel 1906) e dai camminamenti lungo la Philosophiana e l'itinerario Antonini, con l'impianto termale e la basilica di una "statio" romana, tra querceti e boschi, si presta alla valorizzazione turistico-alberghiera che la giovane imprenditrice sanconese intende con lungimiranza sfruttare. Titolare, insieme col marito, Francesco Randazzo, di 30 ettari di terreno, a varie colture impiantate, Enza Milazzo ha iniziato con l'azienda agricola del padre, Santo che fu pioniere della ficodindicoltura a San Cono, oggi, a quarant'anni, col marito, ha allargato la sua attività verso l'impresa turistico-alberghiera con un resort, "Rami", che a sua volta è collegato con altre sei aziende del territorio, dentro cui sono inclusi agriturismi e imprese agricole, come quella di Licia Guccione o quell'altra di Cataldo Ferrarello



o quell'altra ancora nei pressi di San Michele di Ganzaria. Una sorta di polo ricettivo, insomma, una "lega", contraddistinta da un logo comune "Le terre del cuore" che ha a disposizione guide turistiche, archeologi di fama, esperti agronomi e con inoltre ancora una serie di fornitori di prodotti agroalimentari di sicura provenienza dop e rispettosi dei disciplinari: dalle ricotte ai formaggi, dal vino all'olio, dagli insaccati alle conserve, dai succhi alla salsa alla frutta

Una specie di Marktplatz all'interno del quale gravitano altre aziende del settore alimentare ma anche di intrattenimento, imbastendo così un'altra tela per blandire i visitatori e invitarli a soggiornare in questo territorio, dimostrando pure che questa parte della Sicilia, finora lontana dai tradizionali poli escursionistici, è bene attrezzata e all'altezza di svolgere con competenza e professionalità un proprio ruolo, anche di primo piano.