



SIDDÙRA

località Siddùra  
Luogosanto (Sassari)  
079.65.73.027  
marketing@siddura.com  
www.siddura.com  
f @siddura

in collaborazione con

## Siddùra Il costante desiderio di crescere

*Attraverso la managerializzazione dei processi e il recente rinnovo del team, l'azienda sarda ha avviato un piano di espansione e ammodernamento: ce ne parla il direttore generale Mattia Piludu > La ricerca della sostenibilità, l'ampliamento dei luoghi di accoglienza e produzione, e l'impegno sul Vermentino di Gallura*

Siddùra in gallurese significa "sella", un nome che rimanda alla forma delle colline della Gallura su cui si arrampicano i filari di proprietà. Fondata nel 2008 nei pressi del paese medioevale di Luogosanto, la Cantina è la realizzazione di un sogno della famiglia tedesca Gottesdiener. Una realtà enologica in continua crescita che ha fatto del Vermentino di Gallura la sua icona. Accanto a diverse declinazioni di Cannonau e Carignano e al celebrato blend internazionale Tiros, Siddùra produce tre versioni del Vermentino simbolo: il profumato Spèra, l'elegante Maia e il rivoluzionario Bèru.

Le contaminazioni tra vecchio e nuovo, tra tradizione e sperimentazione, tra dogmi e rivoluzioni sono parte fondante della filosofia produttiva e gestionale. E a proposito di rivoluzioni, l'azienda ha avviato di recente un piano di espansione e ammodernamento, partito con una managerializzazione dei processi e un rinnovo del team. «Siddùra ha l'obiettivo di portare in giro per la Sardegna, per l'Italia e per il mondo le eccellenze enologiche della nostra isola. Valorizzazione del territorio e ricerca della qualità, da sempre la nostra mis-

sione, si sposteranno ora con un aumento della produzione. Il nuovo corso è già partito e le novità in futuro saranno molte», racconta Mattia Piludu che, dopo due anni da direttore tecnico della Cantina, ha ora assunto la carica di direttore generale.

### **La rivoluzione di Siddùra comincia dalle persone. Come è cambiato l'organigramma?**

L'azienda ha obiettivi di crescita molto ambiziosi ed è consapevole che i cambiamenti partono dalle persone. Dall'amministrazione al marketing fino alla parte produttiva è in corso una revisione dei processi e la proprietà ha scelto di dotarsi di figure specializzate, per puntare a un aumento delle performance. Il mio ruolo sarà quello di coordinare e ottimizzare tutte le attività operative. Massimiliano Farci, una figura con 25 anni di esperienza maturata in note aziende del settore agroalimentare della Sardegna ed ex direttore commerciale di Cantine di Dolianova, è il nuovo direttore commerciale. La parte produttiva resta gestita dall'enologo Dino Dini e dall'agronomo Luca Vitaletti.



IN APERTURA la ricerca della sostenibilità è considerata un dovere, dato che la Cantina è immersa in un'oasi naturalistica dell'isola SOPRA nel 2025, contigua alla sede aziendale, nascerà una struttura di accoglienza con sale di degustazione e un caveau contenente annate di pregio realizzato con materiali naturali, come il legno e il granito; il direttore generale Mattia Piludu

**La sostenibilità agronomica ed economica e la tutela paesaggistica sono argomenti che vi stanno molto a cuore. Cosa avete fatto fino ad oggi e cosa farete in futuro su questi temi?**

La ricerca della sostenibilità è un dovere per noi che ci troviamo in un territorio che è un'oasi naturalistica. Abbiamo un rispetto rigoroso della risorsa idrica, ci produciamo da soli l'energia di cui necessitiamo, utilizziamo vetro riciclato per le bottiglie e abbiamo quasi completamente eliminato l'uso di prodotti fitosanitari nella lavorazione dei vigneti. A questi progetti ora ne stiamo aggiungendo altri per la valorizzazione del territorio. Miriamo a promuovere un percorso naturalistico per valorizzare i boschi di sughere secolari e gli storici uliveti, che coprono 160 ettari dei 200 di proprietà.

**Avete progetti in sviluppo anche sull'ospitalità?**

Abbiamo intenzione di ampliare la nostra capacità ricettiva. Stiamo ristrutturando alcuni vecchi stazzi, insediamenti contadini tipici galluresi dello scorso secolo, e c'è un progetto che riguarda la realizzazione di una struttura di accoglienza. Questo spazio nascerà nel 2025 in un edificio contiguo agli uffici. Conterrà sale di degustazione e an-

che un caveau con le annate di pregio della cantina e sarà realizzato con materiali naturali, come legno e granito, seguendo un principio di sostenibilità e tenendo la bellezza come linea guida. L'obiettivo è di creare un luogo dedicato a esperienze intime e autentiche per gruppi ristretti di turisti e appassionati.

**Quali sono le strategie di espansione produttiva e commerciale per i prossimi anni?**

Sono stati fatti importanti investimenti di potenziamento della rete commerciale aumentando le risorse umane per essere presenti in modo capillare sul territorio: non abbiamo agenti ma dipendenti che sposano i nostri valori e che si occupano direttamente di comunicarli ai clienti del canale Horeca. Abbiamo già completato questa operazione in Sardegna e replicheremo lo stesso modello anche nel resto d'Italia.

Contemporaneamente vogliamo consolidare i mercati europei in cui siamo presenti, come Germania, Uk e Svizzera, e aprirne anche degli altri: Francia, Spagna e Grecia. Da Usa, Cina e Giappone la richiesta per i nostri prodotti è in aumento e questo ci ha spinto nella direzione di un ampliamento della produzione.

A questo proposito, sono entrati nella fase esecutiva anche i progetti di ampliamento della cantina e l'impianto di nuovi vigneti. Una nuova ala dedicata alla raccolta delle uve e l'allargamento degli spazi di lavorazione permetteranno una crescita dei volumi. Le nuove vigne, che coprono circa 7 ettari e si trovano all'interno dei terreni di proprietà, ma in un'altra vallata nella località Poldomo, saranno dedicati interamente al Vermentino, il nostro vitigno principe.

**Ci saranno anche nuovi vini?**

Sperimentare nuove strade è nella nostra natura. Stiamo lavorando affinché la nostra famiglia di capsule ed etichette cresca. Ci siamo dedicati alla parcelizzazione dei nostri vigneti al fine di tradurre sempre meglio le potenzialità del territorio nei nostri vini. I progetti recenti sono ispirati dalla medesima visione: sono ancora in una fase pilota, ma offriranno nuove declinazioni del nostro stile. Siddùra ha fame di crescere e di fare le cose fatte bene e il merito è della proprietà, che non è sarda, ma che vive la Sardegna più di chi ci è nato. Questa passione è una linfa che ogni giorno alimenta le idee e le persone che lavorano nell'azienda.