

La grande sfida della DOC Sicilia sui mercati mondiali

scritto da Agnese Ceschi | 22 Luglio 2015



Boom vini siciliani. Il 2015 si sta rivelando un anno fortunato per la produzione della DOC Sicilia che ha registrato nei primi cinque mesi dell'anno 89.070 ettolitri prodotti, contro i 68.463 nello stesso periodo dello scorso anno. Produzione che va di pari passo alla promozione del brand, affinché all'aumento della domanda corrisponda un'offerta pronta a scattare. Le prospettive sono incoraggianti anche in virtù del grande investimento fatto sul mercato americano, uno dei più allettanti ed interessanti del momento, che vedrà per tutto il 2015 azioni promozionali in collaborazione con la rivista Wine Spectator. Progetti, speranze e stato attuale di una DOC in continua crescita raccontati dal presidente del Consorzio di Tutela Vini Sicilia DOC Antonio Rallo.

Il primo semestre 2015 si è chiuso ed il vino DOC Sicilia ha segnato un aumento del 24% rispetto al 2014. Può commentare questo dato?

“Oggi si stanno costruendo le basi per portare la denominazione DOC Sicilia sui mercati in maniera strutturata, con l'opportuno riconoscimento di valore e prezzo: in tal modo si potrà dare una svolta importante alla viticoltura siciliana”.

In che modo la DOC Sicilia intende farlo?

“Il Consorzio ha appena iniziato l'attività di promozione. Tra tutte le Regioni italiane l'isola ha una delle più basse rese per ettaro, che oscilla tra i 40 ed 60 hl per ettaro, nulla di comparabile agli oltre 120 del Veneto e oltre i 150 dell'Emilia Romagna. Per essere sostenibile economicamente, un vigneto in Sicilia deve produrre un vino di qualità legato al territorio, non possiamo competere con la Spagna ed il nuovo mondo nella produzione di commodities”.

Quali sono i numeri dell'export della DOC Sicilia?

“Da una indagine svolta ad Aprile l'export supera il 55%”.

Che ruolo sta avendo il Consorzio nella costruzione della forza della denominazione?

“Siamo un gruppo unito, fatto di piccoli e medi produttori, cantine sociali che hanno un solo fine: lavorare per il futuro della viticoltura siciliana. I nostri obiettivi presenti sono creare valore attraverso il controllo della filiera, grazie anche alla piattaforma dell'Irvo che controlla tutte le produzioni IG e DOC dell'isola, e sviluppare azioni di promozione e valorizzazione. I consiglieri si dividono i compiti partecipando ai diversi tavoli di lavoro”.

Quali sono i Paesi su cui state concentrando le azioni promozionali?

“Nel 2015 concentriamo i nostri investimenti sul mercato più grande al mondo, gli Stati Uniti, mentre dal 2016 saranno previste azioni anche sul mercato interno”.

Avete stanziato un investimento di 1.500.000 euro per il 2015 solo per il mercato americano. Cosa vi ha spinto a questo e in che modo state portando avanti il progetto di promozione in USA?

“Bisogna essere forti nei grandi mercati. Pensiamo che la Sicilia abbia bisogno di maggiore affermazione negli Stati Uniti. Il 59% dei consumatori americani conosce la Sicilia e ne ha un'idea positiva, però soltanto il 9% degli 80 milioni di americani beve il vino dell'isola. Dobbiamo riuscire a portare nella mente dei consumatori USA il binomio Sicilia – vino. Il progetto prevede che stampa americana e operatori di settore scoprano i vini siciliani in occasione di numerosi appuntamenti, organizzati in collaborazione con la prestigiosa rivista americana Wine Spectator”.

Binomio vino e territorio. Dalle recenti pagine pubblicitarie su Wine Spectator emerge la volontà di comunicare questo al mercato americano. Perché?

“La Sicilia può competere sui mercati solo se lega le sue produzioni alle proprie bellezze, ai propri fantastici terroir, al suo clima ideale per la coltura della vite”.

Riuscirà la Sicilia a sfruttare l'enorme potenziale dell'enoturismo?

“Stiamo lavorando anche su questo fronte. La Toscana ha lavorato molto bene su questo con grandi risultati commerciali per i propri vini. Abbiamo già degli ottimi esempi anche sull'isola dobbiamo far crescere l'offerta e lavorare insieme per catturare nuovi enoappassionati. Una recente ricerca ha mostrato come la Sicilia sia oggi in assoluto la Regione più menzionata su Instagram, celebre social network utilizzato molto per pubblicare anche foto di viaggi. Anche questo è un dato incoraggiante nel perseguire l'obiettivo della promozione enoturistica”.