Usa: la Sicilia sarà una delle regioni del vino più trendy del 2023

scritto da Agnese Ceschi | 1 Febbraio 2023



La Sicilia al top della classifica delle regioni vinicole più trendy per il mercato americano. Ce lo dicono gli enoappassionati d'Oltreoceano che hanno risposto ad una **indagine** condotta su un campione di oltre **1.000 persone** distribuite nei cinquanta stati USA, di cui il 50% nello stato di New York e nella California, seguito poi dalla Florida, Washington e Colorado. Questo sondaggio è frutto della collaborazione tra Colangelo & Partners, tra le principali agenzie americane di comunicazione integrata specializzata nel mondo del vino e degli spirits, e nel food, e Wine Opinions, società di ricerca di mercato che detiene gli unici panel nazionali di ricerca sul commercio di vino e sui consumatori del settore. "Combinando i nostri database e la nostra

esperienza nel settore del vino abbiamo raccolto dati statistici che saranno cruciali per l'elaborazione delle strategie di marketing dei nostri clienti, che si dirigono verso un clima economico incerto nel corso del 2023″, ha detto **Gino Colangelo**, presidente di Colangelo & Partners.

Il sondaggio ha toccato una vasta gamma di argomenti, tra cui le regioni più trendy, la parità di genere, la sensibilità ai prezzi in un contesto economico potenzialmente recessivo, i vini biologici e i cosiddetti *better for you wine* (i vini più salutari), i canali social preferiti, gli eventi in presenza e quelli virtuali, i mercati secondari emergenti.

Regioni vinicole trendy e mercati chiave

Le regioni che hanno riscosso più interesse sono distribuite in modo uniforme tra le principali aree di produzione mondiali: Italia, Argentina, USA, Portogallo. Tra gli intervistati che hanno espresso un pronostico su quale regione vitivincola avrà un boom nel 2023, la **Sicilia** è stata la regione scelta dalla maggioranza, seguita dall'area di **Paso Robles in California**, dal **Douro** in Portogallo, dal **Piemonte** e da **Mendoza**.

Tra gli altri dati, ancora, ci sono quelli relativi ai nuovi mercati chiave negli USA per il 2023, dove emergono le città di **Denver** e di **Chicago**, seguite da **Boston**, **San Francisco**, **Seattle**, **Austin e Miami**.

Gender equality

Un altro dato interessante è quello demografico e legato in particolare al **genere**: "Di tutte le donne intervistate, il 39% aveva meno di 40 anni mentre solo il 26% degli intervistati di sesso maschile era in quella stessa fascia di età. Ciò suggerisce che il segmento dei bevitori più giovani sia orientato verso un maggiore equilibrio di genere rispetto a prima, quando il sesso maschile era maggiormente rappresentato" dice **John Gillespie**, fondatore e CEO di **Wine**

Opinions, azienda basata a Saratoga Spring, tra le principali fornitrici di ricerche sul vino in America.

Recessione

Ancora, tra gli altri dati, gli intervistati prevedono che lo *sweet spot* per la spesa sul vino – in altre parole l'inclinazione, il piacere per l'acquisto di vino- subirà un leggero aumento di prezzo nel 2023, raggiungendo i **21 dollari** (rispetto ai 20 dollari del 2022), il che suggerisce che non vi siano preoccupazioni legate a una maggiore spesa in questa categoria nonostante le previsioni di incertezza economica negli Stati Uniti.

Categorie emergenti

Guardando al prossimi triennio, gli intervistati si sono mostrati ottimisti sull'aumento della quota di mercato per le categorie dei vini "*good for you*" ("più salutari") e "*zero alcol"*, con il 34% di intervistati che si aspetta una crescita "buona" o "ottima" per la prima categoria e il 29% che prevede una crescita "buona" o "ottima" per la seconda.

Altre tendenze

Un altro dato è la ritrovata preferenza per gli eventi in presenza rispetto agli eventi virtuali. Si è anche evidenziato che le **degustazioni walk-around continuano a riscuotere successo**.

E, infine, sono emerse novità anche rispetto ai social media per il vino. È emerso per esempio che la piattaforma social prediletta dal settore sia **Instagram**, come ci si poteva aspettare, ma, con grande sorpresa, quasi la metà degli intervistati ha detto di utilizzare **TikTok** nel proprio lavoro. Gli utenti di TikTok hanno un'età più giovane, con il 58% di essi in età inferiore ai 40 anni; solo il 6% si trova nella fascia degli over 60. Nel complesso, il sondaggio ha rilevato come i canali social siano utilizzati in modo abbastanza

uniforme dalle imprese a vari livelli nel mondo del vino.

Credits immagine in evidenza: SiciliaDoc credits @ConsorzioDocSicilia