

Il successo a stelle e strisce della Sicilia

scritto da Agnese Ceschi | 15 Luglio 2019

Nerello Mascalese, Nerello Cappuccio, Frappato, Nero d'Avola, Catarratto, Grillo. Non si tratta di certo di nomi facili da ricordare per i consumatori americani, eppure gli esperti ci dicono che stanno progressivamente guadagnando i favori degli stessi. I vini siciliani stanno andando forte in America, ce lo testimonia un interessante articolo uscito recentemente sul magazine Market Watch dal titolo molto esplicativo "Sicily Ascends".

Secondo l'autorevole testata americana, che ha interpellato esperti e importatori, dopo decenni di piccoli volumi, i produttori di vino siciliani hanno cambiato marcia negli ultimi cinque o sei anni nel mercato a stelle e strisce, facendo breccia nel mercato principalmente nelle fasce super premium e di lusso. Nonostante i numeri non siano ancora ai massimi livelli, la Sicilia è favorita da sommelier e consumatori che sono sempre più favorevoli ad esplorare i vini dell'isola italiana.

Un primo elemento che la favorisce ad altre regioni italiane è la grande varietà di vitigni autoctoni, che un tempo erano oscurate da scelte produttive in favore dei varietali internazionali come lo Chardonnay e il Cabernet Sauvignon che venivano esportati principalmente nei mercati del Nord Europa. Secondo Giacomo Turone, vicepresidente senior dello sviluppo del marchio per Palm Bay International. "I produttori di vino siciliani avevano questo incredibile patrimonio di varietà autoctone che non hanno mai abbandonato, ma è solo negli ultimi 15 anni che lo hanno rivalutato". Ted Campbell, vicepresidente senior e direttore generale della divisione LLS di Winebow, ha dichiarato che i sommelier amano varietà e aree uniche, in sintesi i vini siciliani hanno catturato

l'attenzione dei gate-keepers della ristorazione. Perché questa grande curiosità? "Poiché le varietà sono nuove per i consumatori, a loro piace l'opportunità di provare. In questo momento, non stiamo vedendo che ciò si traduce in una massiccia crescita al dettaglio. C'è un sacco di vendita invece on-premise e indipendente".

L'area siciliana che sta riscontrando maggiore successo è senza dubbio l'Etna, una DOC nell'angolo nord-orientale dell'isola che ha una marcia in più a livello comunicativo: il vulcano. Il terreno vulcanico che ne deriva è un elemento chiave per differenziare i vini prodotti con le uve dell'Etna. Secondo la testata americana, l'Etna e la sua popolarità sono state un importante volano per l'intera Sicilia. Secondo Gregory Doody, presidente e CEO di Vineyard Brands: "È terreno vulcanico, e c'è molto interesse attorno a ciò e nei confronti delle varietà autoctone che sono sulla montagna. Non credo che i consumatori debbano necessariamente conoscere le varietà o essere in grado di pronunciarle. Il nome Etna li fa bere il vino. "

Un'altra questione a favore dei vini siciliani è più di carattere corporativo. " I siciliani stanno lavorando in modo molto collaborativo in termini di comunicazione dei loro vini. Non stanno combattendo l'uno con l'altro. In realtà stanno lavorando insieme per investire in quel messaggio e per essere presenti insieme sul mercato con le loro diverse offerte" hanno spiegato gli esperti.

Parte di questa cooperazione sta investendo in qualità. "La maggior parte dei produttori si è allontanata dal business da \$ 10 in su," ha detto Campbell di Winebow. Invece, dice, il settore dinamico dei vini siciliani è saldamente nel super-premium e oltre come fascia di prezzo. "Per i vini monovarietali i prezzi sono ovunque da 15 a 20 dollari, mentre i vini dell'Etna hanno un prezzo ultra-premium, più vicino ai 30 dollari al dettaglio."

Infine un altro vantaggio per la Sicilia si chiama

sostenibilità, un tema che i consumatori mondiali stanno iniziando a tenere debitamente in conto al momento della scelta del vino da bere. La Sicilia rappresenta il 38% della produzione di vino biologico in Italia, aiutata dal clima che rende l'isola perfetta per l'agricoltura biologica: 300 giorni di sole all'anno, temperate influenze mediterranee, venti insulari che proteggono dal gelo e dalla muffa e uno dei raccolti più lunghi del pianeta, che dura più di 90 giorni.

“Sapendo che i consumatori negli Stati Uniti hanno posto una maggiore enfasi sul benessere e sulla sostenibilità ambientale, riteniamo di essere sulla buona strada per vedere la continua crescita e domanda tra la produzione di vino sostenibile nei prossimi anni ” ha dichiarato Antonio Rallo, presidente della DOC Sicilia al magazine americano.

E dunque il futuro, l'onda lunga da cavalcare per incrementare il successo dei vini siciliani tra i consumatori millennials americani è sicuramente la sostenibilità.