

La doc Sicilia ai raggi X

scritto da Fabio Piccoli | 8 Aprile 2019



Decisamente interessanti le relazioni presentate durante Vinitaly sullo stato di salute della doc Sicilia che, come ha ricordato il presidente del Consorzio, Antonio Rallo, oggi conta su una superficie di circa 30.000 ettari con un incremento di quasi il 60% rispetto al 2016 (quando gli ettari erano 16.000).

“La doc Sicilia ” ha spiegato Rallo ” si è presa il compito fondamentale di dare valore aggiunto, notorietà al vino siciliano nel suo complesso. È bene ricordare, a questo proposito, che la Sicilia oggi conta di una superficie vitata di 98.000 ettari, tre volte quella della Nuova Zelanda, la stessa di Paesi come la Germania o il Sud Africa. Siamo un vero e proprio continente enologico. Non solo, oggi utilizziamo circa 70 vitigni autoctoni e uno dei nostri obiettivi è valorizzare maggiormente alcuni di questi e non solo i già noti Grillo e Nero d’Avola”.

La doc Sicilia indubbiamente ha assunto in questi ultimi anni un ruolo chiave nella valorizzazione della vitivinicoltura siciliana rappresentando più di 7.500 aziende viticole e 388

imprese vinificatrici.

Per questa ragione indagare sul suo stato di salute significa in gran parte capire quale direzione sta prendendo il vino siciliano.

Dai dati forniti Roberto Zucchi della Nielsen ne è uscito un quadro ottimistico, almeno per quanto concerne la gdo dove la doc Sicilia nel 2018 ha visto crescere il 19,6% il volume di vendita rispetto al 2017 e del 15,5% il suo valore.

Importante sottolineare come sempre nella gdo i vini della doc Sicilia sono veicolati oltre il 91% dalla cosiddetta distribuzione moderna (Supermercati, Ipermercati, Libero servizio), mentre i discount "contano" solo l'8,8%. In termini di valore, invece, la distribuzione moderna rappresenta quasi il 95% e il canale discount poco più del 5%.

Nielsen ha poi indagato la spesa delle famiglie italiane rispetto alla doc Sicilia ed è emerso che nel 2018 hanno realizzato una spesa di circa 1,6 milioni di euro per uno scontrino medio di acquisto di 12,73 euro, non male.

Si è poi passati ad osservare la doc Sicilia su due mercati mondiali strategici come la Germania e gli Usa, grazie ad un'indagine realizzata da Wine Intelligence e presentata dal loro delegato in Italia Pierpaolo Penco.

I risultati sono decisamente incoraggianti, soprattutto in termini di riconoscibilità dove la doc Sicilia si comporta meglio di Loira, Chablis ma anche della stessa Napa Valley. Si colloca, infatti, al 20° posto (con il 45% di consumatori regolari tedeschi che la riconoscono) nella classifica della riconoscibilità e davanti a lei, come denominazioni italiane, troviamo il Chianti (al decimo posto con il 65%), il Prosecco (al 14° posto con il 52%) e il Trentino (al 17° posto con il 48%).

"Ma ancor più importante " ha sottolineato Penco " il 17% di coloro che in Germania conoscono la Sicilia come regione vinicola ne hanno acquistato i vini; il tasso di conversione è significativamente più alto tra i consumatori di vino italiano (solo il Prosecco è di poco sopra con il 18%).

In termini di riconoscibilità la situazione del vino siciliano

negli Usa è ancora meglio rispetto la Germania. Li troviamo, infatti, al nono posto nella classifica di riconoscibilità con una percentuale del 42% con davanti, solo la Toscana (che è al 60%), ma davanti a denominazioni storiche come il Chianti, il Piemonte e il popolare Prosecco.

Per quanto riguarda il tasso di conversione all'acquisto è molto più alto tra i consumatori di vino italiano (14% tra i consumatori regolari, 23% tra i consumatori di vini italiani). Dall'indagine di Wine Intelligence nel 2019 è emerso che un consumatore di vino italiano su 8 ha acquistato vino siciliano negli ultimi 3 mesi.