

 **Milano Unica July 11.12.13, 2017**
Where Fashion Begins.


La Sicilia "doc" cresce all'estero

2 MAGAZINE VINO

Condividi

 Facebook  Twitter  LinkedIn



Le nuove annate presentate a Sicilia en Primeur

La notizia dell'investimento di Angelo Gaja in zona Etna è stato il colpo di scena che ha caratterizzato la XIV^a edizione di **Sicilia En Primeur**, annuale rassegna dei vini dell'isola organizzata da **Assovini Sicilia** (25-29 aprile) per presentare le nuove annate. L'ingresso del re del Barbaresco rafforza la consapevolezza dei produttori locali nei mezzi a loro disposizione: la Sicilia sta crescendo per qualità di prodotto e immagine internazionale.

WINE TV



Caprai, crescita ad alto ebidta



Cent'anni di vino per i Borletti. "Fritularo da esportare"



Argilizia trasforma gli scarti delle vigne in elementi di design

PRESIDIA IL TUO STILE
ANCHE IN STORE



contactlab

PAMBIANCO MAGAZINE



IN QUESTO NUMERO:

IL CHILDWEAR A PITTÌ CASUAL&CHIC

DEPARTMENT PER PICCOLI
Il look cresce nelle grandi superfici

RIPRESA A TAGLIE MINI
Anelli sul futuro 2018

“Siamo il più grande vigneto d'Italia e rappresentiamo il 2% della produzione mondiale. Ci siamo forse svegliati un po' tardi, ma negli ultimi tempi abbiamo lavorato sodo. Ora, per avere un ruolo di prestigio nei mercati internazionali, dobbiamo metterci assieme superando il limite dimensionale” ha affermato **Antonio Rallo**, imprenditore del settore (con Donnafugata), presidente di Unione Italiana Vini e del consorzio Wines of Sicilia Doc, ma anche consigliere di Assovini.

Gli investimenti collettivi in immagine e promozione internazionale, di cui Sicilia en Primeur rappresenta uno dei momenti centrali, sono ingenti. “Negli ultimi tre anni – afferma **Francesco Ferreri**, presidente di Assovini Sicilia e contitolare dell'azienda Valle dell'Acate – abbiamo speso 15 milioni di euro per rafforzare l'export tra Europa e paesi extra Ue. I risultati si cominciano a vedere: le nostre 76 aziende associate fatturano all'incirca 300 milioni di euro ed esportano il 57% della produzione totale”. Ferreri evidenzia inoltre il livello qualitativo dei produttori di Assovini. “Rappresentiamo il 97% della produzione di vini siciliani imbottigliati. Gli investimenti non si fermano mai e sono particolarmente orientati all'accoglienza in azienda, con un incremento delle presenze turistiche pari al 35% nell'ultimo anno, e alla sostenibilità del nostro operato, dalla coltivazione con metodo biologico al risparmio energetico fino alla riduzione dei rifiuti prodotti. In futuro lavoreremo con particolare convinzione nella ricerca legata alla biodiversità varietale, valorizzando i nostri vitigni autoctoni che rappresentano il vero patrimonio regionale, ancora in gran parte inesplorato”.

Il 2017 dovrebbe confermare il trend di crescita del vino siciliano a denominazione di origine controllata. Ferreri parla di una crescita costante annua pari al 10% in quantità, con possibilità di incremento superiori e legate al valore del prodotto imbottigliato. Rallo indica che nel periodo 2013-16 la produzione doc è aumentata del 60%, con quella Igt in tenuta (+4%), ma resta ancora molto da fare. Su cinque milioni di ettolitri prodotti, la maggior parte del vino viene ancora venduto sfuso o da tavola, essendo 1,7 milioni i litri destinati a imbottigliamento tra doc, Igt e l'unica docg siciliana, quella del Cerasuolo di Vittoria. “Rispetto al passato siamo cresciuti tantissimo e anche quest'anno le doc siciliane dovrebbero ottenere un nuovo incremento grazie all'export” conclude Rallo.

TAGS [ANTONIO RALLO](#) [ASSOVINI](#) [FRANCESCO FERRERI](#) [SICILIA EN PRIMEUR](#) [WINES OF SICILIA DOC](#)

◀ [ARTICOLO PRECEDENTE](#)

Boom dell'export per il whisky single malt

[ARTICOLO SUCCESSIVO](#) ▶

Gaja, il re del Barbaresco investe nell'Etna

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE



24 GIU 2017

Il vino si compra online



26 GIU 2017

Diageo sborsa un miliardo per la tequila di Clooney



26 GIU 2017

Milano, Da Giacomo apre anche una rosticceria

WINE TV



Caprai, crescita ad alto ebidita



Cent'anni di vino per i Boretti. Frullato da esportare?



Argolas trasforma gli scarti delle vigne in elementi di design



PAMBIANCO MAGAZINE



IN QUESTO NUMERO:
IL CHILDRENSWEAR A PITTI CASUALCHIC

DEPARTMENT PER PICCOLI
Il kids cresce nelle grandi superfici

RIPRESA A TAGLIE MINI
Analisi sul fatturato 2016

BAMBINI MINIMALI
Nel 3 brand racconta l'eco-junior

PDF | SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY