

Rosè di Provenza: superata la prova Covid, ora punta sull'Asia

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Giugno 2021



Nonostante la pandemia di Covid-19 e gli sconvolgimenti che questa ha causato anche nel commercio, le esportazioni di vini rosati provenzali **nel 2020 sono cresciute del 6% in volume e dell'1% in valore**, secondo i dati diffusi dal Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence (CIVP).

In Europa, il rosé viene bevuto durante tutta la stagione e più frequentemente a casa. **Le esportazioni verso il Regno Unito sono aumentate del 51% in volume e nei Paesi Bassi sono aumentate del 45%.**

Dall'altra parte dell'Oceano, il più grande mercato d'esportazione del rosè provenzale, gli Stati Uniti, ha subito un calo del 6% in volume, in gran parte a causa dei dazi imposti dall'allora governo Trump e dalle difficoltà causate dal Covid-19.

Tuttavia, la crescita dei principali mercati europei, in particolare il Regno Unito, i Paesi Bassi, la Germania ed il Belgio, ha ampiamente compensato il calo del mercato americano che mantiene inalterato il suo primato come destinazione export, sottolinea Valérie Lelong, responsabile marketing e comunicazione del CIVP, intervistata da Vino Joy News.

I primi cinque mercati di esportazione negli Stati Uniti e in Europa costituiscono l'80% del mercato di esportazione del rosè di Provenza, un punto di forza visto che si tratta di mercati vinicoli maturi. Allo stesso tempo, evidenzia uno squilibrio ed una eccessiva concentrazione, come precisa Lelong: "Nel 2019 abbiamo pensato a come sviluppare le nostre

esportazioni a lungo termine con l'obiettivo di **diversificare i nostri mercati export ed essere meno dipendenti dai nostri principali acquirenti**".

La CIVP ha per questo valutato i possibili sbocchi della crescita del rosè di Provenza e ha individuato il suo **obiettivo: l'Asia**. Nel 2020, le esportazioni verso Hong Kong sono cresciute del 50% in volume e 30% in valore e a Singapore la crescita è stata sbalorditiva, 90% in volume e 128% in valore.

Eppure, la regione **Asia-Pacifico rappresenta solo il 4% delle esportazioni** per volume e valore, una percentuale che **l'associazione vuole far crescere fino ad almeno il 10-15%** in termini medi, rivela Lelong.

Uno dei piani chiave che l'associazione ha intrapreso per diversificare il suo mercato d'esportazione nella regione Asia Pacifico è quello di utilizzare le ultime tecnologie e piattaforme online per lanciare "[Provence Wine Connect](#)", un sito web dedicato a facilitare le comunicazioni e gli affari tra i produttori di vino di Provenza ed il commercio del vino asiatico.

"L'obiettivo principale della piattaforma è di mettere i nostri viticoltori in contatto con i professionisti e di facilitare le comunicazioni tra di loro", dice Lelong. Lo scorso luglio, Provence Wine Connect è stato lanciato ufficialmente proprio quando gli affari in tutti i settori si stanno spostando online.

Il sito, gratuito per tutti gli operatori, ha finora attirato 87 importatori registrati nella regione Asia-Pacifico e 99 produttori.

È l'unico sito web dedicato esclusivamente alle tre AOP della Provenza, cioè AOC Côtes de Provence, AOC Coteaux d'Aix-en-Provence e AOC Coteaux Varois en Provence. I produttori possono elencare e aggiornare le informazioni sulle loro

cantine, i loro vini, le loro annate e il loro interesse per l'esportazione.

Il sito offre anche agli importatori strumenti per personalizzare e definire le ricerche in modo più preciso usando la ricerca avanzata e organizzare incontri virtuali con i produttori in gruppi di discussione e tramite la funzione di messaggistica del sito.

C'è uno strumento aggiuntivo che mette in mostra gli eventi dal vivo e virtuali internazionali per tenere aggiornati gli importatori sugli eventi di Provence rosé.

Oltre alla promozione online attraverso Provence Wine Connect, Lelong aggiunge che **il CIVP organizza una tappa commerciale in Asia-Pacifico ogni anno**, inviando 15 produttori di vino per mostrare i loro vini agli importatori.

L'anno scorso è stato in Corea del Sud ed in Cina. Quest'anno avrà luogo in Australia e Nuova Zelanda a fine giugno e inizio luglio.

A Hong Kong, sulla scia della crescita formidabile, l'associazione vuole anche lanciare quest'estate degli eventi fisici a luglio e delle promozioni in negozio da luglio ad agosto per aumentare la brand awareness e le vendite del rosé di Provenza.

Il CIVP ha confermato la sua presenza alla prossima Hong Kong International Wine and Spirits Fair di novembre, sperando che per allora il mercato e il commercio transfrontaliero si siano completamente ripresi.