

Il futuro del Rosè italiano nel mondo

scritto da Agnese Ceschi | 29 Giugno 2017



Le sorti del rosè sui mercati internazionali e le “case history” di Valtènesi e Salento a confronto sono stati al centro del convegno tecnico di Italia in Rosa “Da moda a denominazione: come cambia il mercato dei Rosè”, che si è svolto qualche settimana fa a Villa Galnica di Puegnago, sede del Consorzio Valtènesi.

I vini rosati della sponda bresciana del Lago di Garda, chiamati “Chiaretto”, si confermano essere molto amati dai turisti che frequentano la zona durante la bella stagione. “Con 22 mila presenze turistiche italiane e estere all’anno, la zona della Valtènesi si conferma essere molto amata. Tanto che le aziende vinicole di Valtènesi vendono circa il 55% della produzione di Chiaretto direttamente ai consumatori finali. Per quanto riguarda l’export, la Francia si rivela il mercato più forte in Europa (20%) e gli USA quello extra europeo (11%)” ha dichiarato Carlo Alberto Panont, direttore del Consorzio Valtènesi.

Proprio di Stati Uniti ha parlato Jean Marc Ducasse, importatore di vini in California e buyer manager del Pink Rosé Festival di Cannes. “Negli Stati Uniti fino a 20 anni fa si beveva poco vino rosato. Dal 2002 il consumo è in costante aumento grazie ai vini provenzali che hanno aperto le porte al trend. Gli italiani però se la cavano molto bene” ha detto Ducasse.

“Il vino rosato è donna, infatti è più acquistato dalle donne sulle quali fa leva anche lo stile dell’etichetta. I numeri ci parlano di incrementi molto interessanti: in Francia c’è stato un incremento del 43% dal 2002 al 2014, negli US un 40%. Ma i Paesi veramente emergenti per questa categoria di vini sono l’Inghilterra (250%), la Svezia (750%), Hong Kong e il Canada” ha continuato l’esperto.

Nel mercato americano in particolar modo negli ultimi 12 mesi si è verificato un aumento importante del 116% dei vini rosati che hanno un costo dai 20 ai 25 dollari, dunque stiamo assistendo al fenomeno della premiumization anche per i vini rosati. Inoltre le regioni più richieste sono la Puglia e l’Abruzzo.

Ma Ducasse ha concluso con un avvertimento: “Il mercato americano è in questo momento una meta d’obbligo, ma è insidioso per la grande differenziazione del consumo. Di questo è necessario tenere conto”.

Produrre rosè non è mai stata una moda per la Puglia. Lo conferma Jlenia Gigante di DegustoSalento, associazione che organizza ogni anni Rosèxpo, evento che dà risalto alle aziende salentine produttrici di questo vino rosato.

“In questo momento storico il rosè è un vino che va di moda. Ma da noi in Salento, non è mai stato una moda produrlo. Abbiamo una lunga tradizione passata, il rosè è da sempre il vino della tavola, che sta avendo un buon successo sulle tavole di tutto il mondo, mentre in Italia non si vende un granché. Ogni anno per questo organizziamo Rosèxpo, per dare risalto a questa produzione” ha detto Jlenia Gigante.

“Dobbiamo andare oltre l’idea di moda. Ormai è un luogo comune superato. Ma per guardare oltre è necessario imparare da chi ha fatto meglio prima di noi, penso alla Francia. Dalla Francia possiamo imparare che i risultati si ottengono guardando lontano, facendo rete e con progettualità. In Francia progetti di comunicazione e esperienze di rete tra le

aziende esistono da 20 anni almeno” ha concluso Alessandro Luzzago, presidente del Consorzio Valtènesi.