

Non si arresta la crescita dei rosè negli Usa

scritto da Fabio Piccoli | 14 Giugno 2018



Il consumo di vino negli Usa è sempre più “rosa”. Anche i dati definitivi del 2017 ci raccontano che i vini rosé sono stati the “fastest growth wine categories”, cioè la tipologia di vini che ha registrato la maggior crescita rispetto l’anno precedente. Parliamo di uno straordinario +59% rispetto al 2016. Un aumento di cui ha beneficiato, in particolare, ancora una volta la Francia che detiene, grazie ai suoi rosè di Provenza, una quota di mercato di ben il 51%, seguito dagli Usa (37%) e dall’Italia con un “misero”, si fa per dire, 5%. Sul fronte prezzi nel 2017 la fascia maggiormente rappresentativa (31%) è stata quella tra gli 11 e i 15 dollari a bottiglia.

Ma il successo dei rosè negli Usa è testimoniato anche dal numero di questa tipologia di vini recensita da Wine Spectator passata da 135 (rosè fermi) del 2007, con una sola etichetta che riuscì a conseguire un rating ragguardevole, ai 517 dello scorso anno, con ben 39 etichette che si sono viste riconoscere dai 90 punti in su. Se poi analizziamo gli sparkling rosé sono passati da 88 recensiti nel 2007 con 36 dal punteggio sopra i 90 punti, ai 159 del 2017 con ben 86 dai 90 punti in su.

Quali le ragioni di questo successo? Sempre secondo Wine Spectator è da ascrivere a numerose ragioni, tra le quali le più importanti sono la loro abbinabilità ad un numero vastissimo di piatti di varie cucine e la possibilità di

trovare anche a prezzi ragionevoli (anche meno di 20 dollari) una qualità decisamente interessante. Prezzi che rendono i rosati vini budget-friendly ed ideali anche per il consumo quotidiano.

Ma un altro aspetto che caratterizza il successo dei rosè negli Usa secondo gli esperti di Wine Spectator, è la loro capacità di catturare “l’occhio dei consumatori” grazie a packaging decisamente accattivanti. Il rosa è un colore decisamente attrattivo e non è un caso che, secondo una ricerca della Nielsen, il 40% dei consumatori di vini rosè è rappresentato da donne tra i 21 e i 34 anni.

Un successo talmente elevato al punto che oggi negli Usa si parla addirittura di “fenomeno culturale”. Sotto la spinta dei rosè, infatti, stanno nascendo un mare di eventi (a partire dal famoso Rosé Day del 2016 che ha visto oltre 12.000 amanti dei vini rosé vestiti rigorosamente in rosa a partecipare ad un affollatissimo pic nic nella Governor Island al New York Harbor) e moltissima attività di merchandising come le t-shirts che stanno spopolando negli Usa con la scritta “Rosé All Day” (rosè tutto il giorno), ma anche borse, infradito, ed altri prodotti che in qualche modo richiamano i vini rosati.

La domanda che ora ci si deve porre è la seguente: siamo di fronte ad una nuova era negli Usa, dopo aver visto quella dei rossi, dei bianchi oggi assistiamo a quella dei rosé destinata a consolidarsi o siamo invece in presenza di un boom modaiolo destinato a bruciarsi in breve tempo?

Gli esperti di Wine Spectator, dopo aver tracciato la storia dei rosè sul mercato Usa, a partire dai noti brand Mateus e Lancer, presenti in questo mercato subito dopo la seconda guerra mondiale, hanno evidenziato il ruolo chiave dei rosati della Provenza che hanno fatto il loro ingresso negli Stati Uniti agli inizi degli anni 90.

Tuttoggi il ruolo dei rosé di Provenza è strategico sul mercato Usa ma questa tipologia di prodotti secondo il noto magazine americano corre due principali rischi: la saturazione e l’omogeneizzazione. Paradossalmente, infatti, proprio la rincorsa la modello provenzale rischia di rendere sempre più

simili questi vini e questo sarebbe molto pericoloso.

In questa direzione si potrebbe inserire proprio il nostro Paese, oggi capace di produrre rosati da caratteristiche molte differenziate, grazie ad una vasta gamma di vitigni che ben si prestano per questa tipologia di vini.

Come sempre il nostro principale problema è la mancanza di politiche di sistema. Non sarebbe male costituire una rete tra produttori proprio per promuovere i rosé italiani sul mercato Usa: proponiamo già un possibile pay off "Italian Rosé, when the pink is different".