

Se son rosé fioriranno

scritto da Noemi Mengo | 23 Maggio 2019



Non è la prima volta che approfondiamo questo tema, e vista la, tardiva, ma imminente primavera in cui ci troviamo, scegliamo di osservare la categoria dei rosé, ultimamente ben considerati dai mercati mondiali e, da molti, proprio associati alla primavera e ai primi caldi estivi (ma non sempre!).

Secondo Shanken News Daily, la categoria del rosé oggi può essere considerata una tendenza a lungo termine, ci dà più sicurezza rispetto al passato, in quanto i vini rosati stanno cavalcando un'importante curva di crescita, visto l'espandersi, di conoscenza e apprezzamento delle varietà da parte dei bevitori, che optano per il rosé anche al di fuori dei tradizionali mesi estivi.

Secondo IWSR, la crescita del rosé si è concentrata soprattutto in alcuni mercati, come Sud Africa, Francia e Stati Uniti. In generale, IWSR segnala che la categoria rosé guadagnerà consensi al 2022, corrispondenti ad un CAGR quinquennale in positivo dell'1.7%. Da un volume di 225 milioni in casse da nove litri nel lontano 2012, si arriverà a

un volume di 261 milioni nel 2022, una crescita davvero rapida e consistente.

Inoltre, sempre secondo Shanken News Daily, il settore della vendita al dettaglio sta aumentando la sua attenzione verso i rosé e la selezione sullo scaffale si sta ampliando. Anche la disponibilità offerta dagli e-commerce on-line comprende e comprenderà sempre più una vasta gamma di rosé diversi, fino a qualche anno fa cosa impensabile. Al consumatore finale però la varietà non sembra importare troppo, ciò che influenza la scelta è sicuramente il colore, che deve dare idea di freschezza, poiché più leggero è, meglio è. Il rosé sembra quindi occupare anche il posto dei cosiddetti vini a bassa gradazione, che tenderanno a livello globale a “passare un po’ di moda”, salvo alcune eccezioni, ad esempio nel biologico.

Rosé è il segmento di mercato in più rapida crescita, come già accennato soprattutto in Nord America, e avendo ottenuto una seria visibilità sui social media attraverso hashtag come **#RoseAllDay**, **#Frosé** e **#Brose**, sta diventando un vero successo tra i Millennials che si avvicinano alla categoria. Questo garantisce l’allontanamento dei consumatori dal concetto di “prodotto stagionale”, a favore di un consumo continuativo durante l’anno.

E nei mercati asiatici?

Come sempre, sono i più curiosi. Il continuo dialogo che manteniamo con gli export manager sui mercati del mondo, ci ha portato a scoprire che in diversi paesi dell’Asia, in Giappone ad esempio, il mercato del rosé sta aumentando. In particolare, i giapponesi si rivolgono all’acquisto di rosé specialmente nel periodo pre estivo, tra aprile e maggio, in quanto associano il prodotto al tradizionale “hanami”, ovvero il periodo di fioritura dei ciliegi rosa, denominati Sakura. Perciò, non resta che aspettare, poiché se son “rosé”, proprio come i rami di un ciliegio, fioriranno.