Un futuro più roseo è all'orizzonte?

scritto da Noemi Mengo | 22 Febbraio 2018



Grandi possibilità di crescita all'orizzonte per i vini rosè: è quanto emerge dai resoconti dell'anno appena passato di due importanti società di ricerca di mercato, Nielsen e Wine Intelligence. Con l'inizio del 2018, le prospettive future si rischiarano e vedono il mercato statunitense come il terreno più fertile in cui seminare.

Il rosè non è certo una novità nelle carte vini internazionali già da diversi anni, ma sebbene sia apprezzato da molti, soffre di alcuni pregiudizi, dettati probabilmente dalla sua adattabilità alle stagioni calde e dunque associato ad un concetto di leggerezza e facilità, chiamato addirittura "summer water" come racconta Forbes (qui).
Essendo gli Stati Uniti un buon driver per le tendenze e l'economia mondiale, ci si chiede quindi se e in quanto tempo il resto del globo seguirà l'andamento positivo che ha

rigenerati la percezione dei rosè, e dei blush, categoria affine alla prima, nel nuovo continente. Secondo i sondaggi, che vedremo qui sotto, emerge che in America la crescita del consumo del rosè è stata esponenziale, proprio perché gli americani sono stati in grado di sfatare i vecchi stereotipi e dare una spinta considerevole ad un prodotto spesso sottovalutato.

Il cambio di percezione che ha segnato il mercato USA

Negli ultimi dieci anni c'è stato un cambio radicale nella percezione dei vini rosè, soprattutto nella fascia dei consumatori Millennials. Inizialmente, sia i blush che i rosè venivano considerati con una connotazione negativa, vini leggeri, da snob, la scelta conveniente di chi non ha molte conoscenze in materia.

Ma circa 10 anni fa questa percezione ha cominciato a mutarsi. I rosè francesi e provenzali hanno iniziato a dotare i loro prodotti di un gusto meno dolciastro, e li hanno inseriti in uno dei mercati più floridi del pianeta: il mercato statunitense. Gli Stati Uniti sono conosciuti soprattutto per essere un po' la patria degli eccessi, ma nel loro eccedere ci sono dei lati molto positivi: le novità non fanno paura agli americani, e gli stereotipi tanto meno. Ecco perché, alla faccia di questi ultimi, nel mercato statunitense, la vendita di rosè ha incontrato una crescita esponenziale.

Secondo i **dati Nielsen** risalenti alla prima metà del 2017 il vino rosè rappresenterebbe un **1.5% nel totale del mercato dei vini da tavola**, ma ha registrato una crescita in volume del **53%** tra il 2016 e il 2017, rappresentando un giro d'affari di circa **258 milioni di dollari**. Questo fenomeno è attribuibile ad un cambio di percezione del prodotto, diventato modaiolo e soprattutto accessibile economicamente. Sempre secondo Nielsen, il 40% dei consumatori sono donne dai 21 ai 34 anni, che vengono a conoscenza dei prodotti grazie ai social network. Instagram ad esempio, ospita utenti di età media tra i 18 e i 29 anni, e sono potenziali consumatori a cui gli

esperti consigliano di approcciarsi.

Oltretutto, secondo un report condotto dal sito **Wine Intelligence**, ci sono dei trend chiave per i quali si prevede una crescita ancora maggiore nel business del rosè dal 2018 in poi. Prima di tutto, il cambio di percezione comune accennato prima, dettato sicuramente dal fatto che la popolazione Millennials sia cresciuta e si sia avvicinata al mondo del vino. Proprio perché figli del nuovo millennio, genericamente non sono bevitori esperti, e hanno quindi meno pregiudizi verso le categorie e i brand.
In secondo luogo, alcune buone politiche di marketing sono state in grado di, lentamente, insidiare nelle menti dei consumatori una certa percezione qualitativa del rosè, che ha aperto le strade dell'esportazione dall'Europa al nuovo continente.
Terzo trend chiave si riscontra sicuramente nel fatto che, in questi dieci anni, i blush e i rosè non vengono più concepiti come stagionali, fattore che assicura riscontri positivi nei bilanci di fine anno dei produttori. Se prima veniva considerato un prodotto prettamente estivo, in America oggi viene acquistato addirittura come abbinamento per la cena del Ringraziamento. Ultimo ma non meno importante, secondo i dati emersi dal sondaggio, Wine Intelligence ha affermato che il grande successo ottenuto potrebbe estendersi anche alla categoria dei rosè bollicine.

Chissà se anche l'Europa riuscirà a stare al passo con gli Stati Uniti in tema di cambiamenti. Al momento una cosa è certa, per un futuro più "roseo", gli USA sono il mercato su cui puntare ed investire.