

Roséxpo, il rosa spopola al Castello Carlo V di Lecce



La quinta edizione di Roséxpo, il salone internazionale dei vini rosati, organizzata da deGusto Salento, quest'anno ha fatto strage di numeri. Duecentosessantiquattro etichette, centosettantasette aziende italiane e straniere (Francia, Slovenia, Israele, Libano, Georgia, Portogallo), cinque consorzi, sette grandi distributori, quattordici regioni italiane coinvolte, duemilacinquecento wine lover.

Il convegno d'apertura titolava "Il vino rosato visto Oltreoceano". «Guardiamo all'estero, osserviamo le case history riuscite, non possiamo non ispirarci al successo che lega l'idea di rosé a un luogo cult come Saint Tropez, guardiamo alla Francia che con i rosati ha creato uno stile di vita e da lì vogliamo partire per innescare un nuovo meccanismo di promozione del rosato come brand italiano del piacere e del gusto» spiega Ilaria Donateo, presidente di deGusto Salento.

La Francia resta il primo consumatore mondiale, con oltre un terzo delle quote, seguita da Stati Uniti (14%) e Germania (8%) che nel lungo termine registrano un trend di aumento dei consumi. In tutto il mondo, si bevono 24 milioni di ettolitri di vino rosato, secondo gli ultimi dati disponibili (riferiti al

2016) forniti dall'Osservatorio economico mondiale dei vini rosati, di France Agrimer e Civep-Conseil interprofessionnel des vins de Provence. L'Italia, che è quarto produttore, secondo esportatore a valore dopo la Francia e terzo esportatore in volume sempre dopo la Francia e la Spagna, occupa una quota molto bassa nei consumi: il 4%. Molto importante nell'ottica di promozione ed internazionalizzazione è stato il patto d'intesa sui Rosati siglato a Bardolino tra i cinque più importanti consorzi: Bardolino con il Chiaretto, Valtènesi, Vini d'Abruzzo con il Cerasuolo d'Abruzzo, Castel del Monte e Salice Salentino. Il loro obiettivo è soprattutto l'estero, perché ancora oggi valorizzare i rosati in un Paese, come l'Italia, che non sembra apprezzarli e consumarli in maniera sistematica, non è facile. Il convegno ha evidenziato come sia importante il rilancio dell'immagine del made in Italy negli Stati Uniti, dove i vini di Provenza spadroneggiano, conquistando la fiducia della fascia target: i millennials. E dove i rosati francesi spuntano prezzi medi di 48 dollari a bottiglia rispetto ai 18 dollari di quelli italiani.

Personalmente ritengo che l'insuccesso del rosato in Italia (anche se purtroppo manca un osservatorio di riferimento dal quale trarre numeri e dati oggettivi, il rosato non ha dignità statistica, in quanto



Fiorentino, Castel di Salve, Castello Monaci, Claudio Quarta, Conti Zecca, Garofano Vigneti e Cantine, Marulli, Michele Caló e figli, Romaldo Greco, Rosa del Golfo, Santi Dimitri, Tenute Rubino, Torre Ospina,

Vallone, Vetrere, Vigneti Reale) operanti nella penisola salentina, ovvero l'estremo lembo del Tacco di Italia che dalla punta più a sud (S. Maria di Leuca), includendo l'area jonico-tarantina e parte dell'areale brindisino. Potevano restare nel loro piccolo orticello, invece si è ben pensato di fare sistema, di uscire dai confini locali e aprirsi ad un confronto di ricerca con altri territori ugualmente vocati, italiani e stranieri.

Interessanti anche i seminari organizzati durante Roséxpo, che dimostrano lo spirito di confronto e di volontà di crescita collettiva del comparto rosato che sottende l'iniziativa. Ecco allora "Direction: champagne Rosé", "Rosa di Francia", "Trentodoc, il rosato di montagna delle Dolomiti" e "Declinazioni del Lambrusco Spumante".

Segnatevi in agenda: appuntamento dal 22 al 23 giugno 2019 a Lecce per Roséxpo, il prossimo Salone Internazionale dei vini rosati.

viene assimilato ai rossi nelle rilevazioni ufficiali), sia dovuta al fatto che non venga ancora percepito come un vino identitario e territoriale. Troppi produttori pensano che possa essere fatto con qualsiasi tecnica, con qualsiasi uva, con qualsiasi stile e che sia fondamentalmente un completamento di gamma, non un vino su cui veramente puntare. E questo crea confusione, disaffezione da parte del consumatore. Se invece pensiamo al Salento, va detto che forse sono gli unici ad avere creato una vera connessione tra territorio e vino rosato. D'altronde il Rosato del Salento (primariamente da uve di Negroamaro) è uno dei pochi rosé che ha saputo conquistarsi fama e meriti nel Bel Paese e non solo. Vuoi per la sua storia (il primo rosato di tutta Italia fu imbottigliato proprio qui, nel 1943, dall'azienda Leone de Castris, con il nome di Five Roses), vuoi per le caratteristiche di questo vitigno autoctono, particolarmente adatto alla versione in rosa, vuoi per una nuova classe di produttori, che affiancando la vecchiaia, ha saputo dare un nuovo corso alla storia della viticoltura in zona. Non ultimo, va considerato il lavoro che alcune associazioni stanno facendo. Fra queste va assolutamente evidenziato il lavoro di deGusto Salento, Associazione del Negroamaro. Questa associazione di promozione culturale, scevra da logiche politiche e non legata a finalità commerciali, è formata da appassionati del mondo del vino in alcun modo legati a nessuna delle aziende aderenti, che sono tutte del Salento. Ad oggi l'associazione, capeggiata dalla dinamica e volitiva presidente Ilaria Donateo, coordina diciannove realtà produttive (Apollonio, Bonsegna, Calitro, Cantina

