

ROSATI da esportazione

di *Alessandra Piubello*

IL VINO ROSA HA LA STESSA DIGNITÀ DEI ROSSI E DEI BIANCHI: LO DIMOSTRA L'ATTENZIONE INTERNAZIONALE. FA FINALMENTE CATEGORIA A SÉ, GRAZIE ALL'IMPEGNO DI PRODUTTORI CHE MANTENGONO IDENTITÀ E TRADIZIONI. MERCATO IN CRESCITA CON IL PROSECCO ROSÉ CHE POTREBBE RIVELARSI UNA TESTA DI PONTE.

Cresce il mercato dei vini rosa, trainato dagli Usa che dal 2015 al 2020 segnano un +118% (fonte CIWSR). Gli statunitensi amano il rosa cipria, anche se mostrano poco interesse per la sua provenienza. Ma se il mercato americano diventasse più maturo, sarebbe utile affannarsi a produrre pessime imitazioni di uno stile peculiare come quello provenzale? Secondo l'ultima ricerca di Wine Monitor, l'Italia, con una quota di mercato ancora marginale (6%), ha registrato la variazione più significativa nell'ultimo anno (+63,9% tra 2019 e 2020), con prezzi per bottiglia in aumento, che collocano il nostro Paese dietro la Francia per posizionamento di fascia. Per Wine Monitor, l'Italia rappresenta il quinto mercato al mondo per consumo di vini rosati (13% del totale) e il quarto per produzione.

ROSAUTOCTONO, UNITI SI PUÒ

L'Italia ha la sua forza nelle sue differenziazioni, come ha ben capito il consorzio **Rosautoctono** costituito nel 2019 tra le principali denominazioni storiche italiane: Chiaretto di Bardolino, Valtenesi, Cerasuolo d'Abruzzo, Salice Salentino, Castel del Monte, Cirò. "La nostra unione nasce per diffondere e valorizzare la cultura del vino rosa in Italia con tutte le sue diversità - racconta il presidente **Franco Cristoforetti** - e trasmetterla ad operatori e pubblico". Producono circa 23 milioni di bottiglie, con la zona del Garda in pole position. Difficile purtroppo dare dati sui vini rosa italiani, dal momento che sono codificati insieme ai rossi. "Stiamo percorrendo due strade: una, lunga e complessa: attivare una nomenclatura doganale dedicata. L'altra, la costituzione, in collaborazione con l'UIV (Unione italiana vini), di un osservatorio con una piattaforma che auspichiamo possa essere operativa nel 2022". "Rosautoctono - commenta **Valentino Campli**, presidente del Consorzio d'Abruzzo, regione che con il suo Cerasuolo ha la vicepresidenza - ci consente di portare avanti progetti ad ampio raggio, anche a livello internazionale, che le singole denominazioni non riuscirebbero a realizzare. Il nostro potenziale è enorme, siamo tutti consorzi storici e tradizionali, non siamo nati per seguire una moda. Tra noi siamo complementari e non concorrenti, l'intento è di sensibilizzare le persone. Il nostro Cerasuolo è arrivato a circa 9 milioni di bottiglie, ci siamo impegnati anche con una campagna di comunicazione dedicata (che ha un export del 10% e vede nell'Horeca il canale principale, con un 70%, ndr.)". "Il 2020 per Rosautoctono - aggiunge **Damiano Reale**, presidente del Salice Salentino, denominazione che ha l'altra vicepresidenza - è stato un anno complicato per la pandemia. Gli effetti di questo periodo drammatico hanno portato molti produttori a scendere su tonalità rosa più chiaro. Il 21 giugno è stata organizzata la giornata dedicata al vino rosa #oggirosa".

IL SUCCESSO DEL PROSECCO ROSÉ

Il prosecco rosé è partito con il vento in poppa. L'autorizzazione a commerciare il nuovo nato in Italia ha preso il via a metà



In questa pagina, dall'alto al basso: Franco Cristoforetti, presidente Consorzio Rosautoctono; Damiano Reale, vicepresidente Consorzio Rosautoctono e Vigneti a Garda, sullo sfondo il Lago di Garda

In apertura, un bicchiere di Chiaretto di Bardolino



In alto, vigneti storici in località Cortelline, sulle colline di Bardolino

ottobre, e all'estero, dove era attesissimo, da novembre. “Da ottobre a fine 2020 – commenta il presidente del consorzio **Stefano Zanette** - sono state vendute 16,8 milioni di bottiglie. Dal primo dell'anno al 30 aprile sono state prodotte quasi 24 milioni di bottiglie. Questo successo immediato rende merito al nostro impegno come Consorzio per il severo lavoro preliminare compiuto, e ai nostri produttori. Auspichiamo che la nostra presenza nel mercato possa fare da traino per tutto il settore”. Stando a un'indagine dell'**Osservatorio dell'Unione Italiana vini** di spumanti rosati in Italia, a ottobre 2020, si contavano 49 milioni di bottiglie, 160 milioni a livello internazionale. “Si stima che oltre l'80% del Prosecco DOC Rosé varchi i confini mentre il posizionamento si valuta che sia per 69% Gdo, 20% Horeca, 10 altri canali (come l'e-commerce), 1% in shop aziendali”.

LA PAROLA ALLE AZIENDE

Dal Sud al Nord, abbiamo chiesto ad alcune aziende come sta andando il mercato.

“La nostra azienda - dice **Vito Palumbo**, responsabile marketing di **Tormaresca** - ha due rosati. Calafuria che negli ultimi tre anni ha triplicato le vendite e che sta diventando un punto di riferimento nel mondo dei rosé, diventando leader in Italia e all'estero. Ormai rappresenta il 30% del nostro fatturato. Viene distribuito all'estero per un 30% negli Stati Uniti, seguiti da Europa e Giappone. Da poco gli abbiamo affiancato il nuovo rosé Furia di Calafuria. C'è una crescente richiesta e credo che presto i rosati italiani potranno rastrellare delle quote di mercato ai più celebri rosé provenzali. I rosé rappresentano uno stile e una comunicazione spesso legata alla moda e ai consumatori più giovani”. “In Italia il trend dei rosati sta aumentando - ammette **Andrea Di Fabio**, direttore generale della cantina sociale **Tollo** in Abruzzo – un po' perché la cultura del consumatore è cresciuta. Per intendersi, sembra finalmente tramontata la fantasia del mix tra vino bianco e rosso per arrivare al rosa. E poi perché il consumo non è più solo stagionale. Ante



Dall'alto in basso: Annarita Ciccirelli, direttore marketing Tenute Ruffino; Riccardo Pasqua, amministratore delegato Pasqua; Stefano Zanette, presidente Consorzio Prosecco Doc e Federico Dal Bianco, vice presidente Masottina

pandemia la curva dei rosati aumentava del 15% su base annuale. Produciamo circa venti etichette di rosato, fra le quali il Cerasuolo d'Abruzzo premium Hedòs, che corrispondono al 10% del nostro fatturato, sia a valore sia a volume. I nostri rosati sono esportati per il 15%, Germania in testa”. Nel caso di **Tenute Ruffino** di Pontassieve, gruppo dalla storia ultracentenaria con varie tenute, in Toscana e in Veneto, dove ha iniziato a produrre Prosecco Doc Rosé: “Le premesse - ci racconta **Annarita Ciccirelli**, direttore marketing - sono già eccellenti, considerando che è stato immesso da poco sul mercato. La risposta, anche internazionale, è stata e continua ad essere positiva. Negli ultimi anni abbiamo assistito alla costante crescita di domanda dei vini rosati, fermi e mossi, trasversale ai mercati. Anche l'Italia è stata investita da questo trend. Proprio per cogliere queste opportunità l'azienda, circa un anno fa, ha lanciato Aqua di Venus Rosé e più recentemente il Prosecco Rosé”. “I rosati, sia fermi sia frizzanti, rappresentano - sostiene **Riccardo Pasqua**, AD di **Pasqua**, storica azienda familiare di Verona - the next big thing. Lo dimostra la ricerca che abbiamo commissionato a Wine Monitor Nomisma, dove è emersa una significativa crescita delle etichette luxury nei rosé, in particolare negli Usa e Regno Unito. L'aumento dei consumi di rosé tra il 2009 e il 2018, è del 15,8%, a fronte di un +2,5% registrato a livello di totale vino”. Pasqua produce tre vini rosati, esportati al 99% all'estero, principalmente negli Usa. “Abbiamo presentato il nuovo progetto di Y rosé, frutto di 3 anni di lavoro, in maggio: l'evento digitale di lancio è stato seguito in streaming da 115 paesi. 11 Minutes, il rosato precedente, è stato apprezzato dal suo esordio in modo trasversale da tutti i mercati tanto da spingerci al nuovo progetto. Anche il prosecco Passione Sentimento rosé ci sta dando molta soddisfazione, in particolar modo negli USA”. “Siamo stati tra i primi ad imbottigliare Prosecco Rosé – racconta **Federico Dal Bianco**, vicepresidente di **Masottina** – in quanto abbiamo partecipato alla sperimentazione voluta dal Consorzio.

FENOMENI

ViaVenti Prosecco Rosé DOC Treviso 2020, uscito in anteprima per il mercato italiano in primavera si fregia della menzione Treviso per i vigneti di provenienza e affina 30 giorni in più rispetto al disciplinare, che prevede 60 giorni sui lieviti. L'export vale il 70%. Ritengo che l'obiettivo per i rosati italiani sia di farli percepire come tipologia con personalità, identità e riconoscibilità, non fermandoci solo al colore”.

Elisa Dal Cin, marketing manager di **Serena Wine 1881**, vede un futuro roseo per Prosecco rosé: “È un prodotto capace di qualificare anche la proposta della denominazione, rifocalizzando verso l'alto il percepito da parte del consumatore. Ne abbiamo prodotte 800mila bottiglie, che hanno riscosso molto successo nella Gdo, nella quale siamo presenti per un 15% e all'estero, dove esportiamo per un 44 per cento”. L'azienda **Zeni di Bardolino** produce ben 5 rosati. “Per tutti i nostri rosati – commenta **Elena Zeni** - abbiamo assistito negli ultimi 15 anni ad una leggera ma costante crescita. Anche l'ultimo nato, in anfora, sta performando bene. I rosati incidono per circa il 18% sul fatturato, con un export del 14%, in particolare in Germania e Svizzera”.



Dall'alto in basso: Vito Palumbo responsabile marketing Tormaresca; Valentino Campi, presidente Consorzio Vini Abruzzo e le colline moreniche meridionali

La Tordera
VALDOBBIADENE PROSECCO



DA OLTRE **100 ANNI** CUSTODI
DEL **PROSECCO DI VALDOBBIADENE** DOCG

NATURAL
BALANCE

