

# ROSÉXPO: I ROSATI, STATO DELL'ARTE E DEGUSTAZIONI

BY ALESSANDRA PIUBELLO

*At the fourth edition of the International Salon of Rosé wines in Lecce, there are some interesting ideas on this type. The round-table opening, organized as the whole event by the DeGusto Salento association, highlighted some worthwhile points. First of all, the myth that the rosé just like women is disfigured. According to a survey conducted by Nomisma Wine Monitor, women buy rosemary for 73% and men for 67%. Another interesting thing, rosé is not a wine for young people. A study of Tannico data - one of the leading Italian companies in online wine sales - reports that rosettes are chosen by those over fifty-five years old. And why does Italy, which is the second largest producer of world-famous wines consumes only 4%? The answers are many and often are due to prejudices that must be overcome with appropriate communication strategies. First of all it is a wine to drink only in the summer. Then it's a fashion wine. Above all, that it is not a wine worthy of its own status, crushed between white and red. In short, the image of the rosé is not yet as comparable to the great wines, it is in fact missing in the best tables of Italy. Very different from the image in France, the first producer of rosé and first consumer (a bottle sold on three is a rose), just think of the emblematic words of the director of Revue du Vin de France, Denis Saverot: "The rosé? It can be discussed infinitely and this means we recognize that it is a great wine"... well, here we have to admit that there is still a way to go to Italy. Personally, I believe that the failure of rosé in Italy (although unfortunately there is no reference observatory from which to draw numbers and objective data) is due to the fact that it is not yet perceived as an identity and territorial wine. Too many manufacturers think that it can be done with any technique, with any grapes, with any style, and that it's basically a full range, not a wine that you really aim at. And this creates confusion, dissatisfaction by the consumer. If we think of Salento, it must be said that*

Alla quarta edizione del Salone Internazionale dei vini rosati a Lecce, sono emersi alcuni spunti interessanti su questa tipologia. La tavola rotonda di apertura, organizzata come tutto l'evento dall'associazione DeGusto Salento ha evidenziato qualche dato che vale la pena di riportare. Innanzitutto viene sfatato il mito secondo il quale il rosato piace solo alle donne. Infatti secondo un'indagine condotta da Nomisma Wine Monitor comprano rosé le donne per il 73% e gli uomini per il 67%. Altro dato interessante, il rosato non è un vino per giovani. Uno studio dei dati di Tannico - una delle aziende leader italiane nella vendita del vino on-line - riporta che i rosati sono scelti da chi ha più di cinquantacinque anni. E come mai l'Italia che è il secondo produttore di vini rosati al mondo ne consuma solo il 4%? Le risposte sono molte e spesso sono dovute a dei pregiudizi che dovranno essere superati con adeguate strategie di comunicazione. Prima di tutto che sia un vino da bere solo d'estate. Poi che sia un vino di moda. Soprattutto, che non sia un vino degno di un suo proprio status, schiacciato fra bianchi e rossi. Insomma l'immagine del rosato non è ancora tale da paragonarsi ai grandi vini, di fatto manca nelle migliori tavole d'Italia. Ben diversa l'immagine che ha in Francia, primo produttore di rosato e primo consumatore (una bottiglia venduta su tre è un rosato), basti pensare alle parole emblematiche del direttore della Revue du Vin de France, Denis Saverot: "Il rosé? Se ne può discutere all'infinito e questo vuol dire che gli riconosciamo di essere un grande vino"... beh, ecco, dobbiamo ammettere che in Italia c'è ancora strada da fare.

Personalmente ritengo che l'insuccesso del rosato in Italia (anche se purtroppo manca un osservatorio di riferimento dal quale trarre numeri e dati oggettivi), 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 que-

sto 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 vecchia, 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 sedici realtà produttive, (Apollonio, Bonsegna, Calitro, Cantele, Cantina Fiorentino, Castel di Salve, Castello Monaci, Conti Zecca, Garofano Vigneti e Cantine, Marulli, Michele Caló e figli, Romaldo Greco, Rosa del Golfo, Santi Dimitri, Tenute Rubino, 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) include 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. Quest'anno all'evento al Castello di Lecce erano presenti più di centonovanta etichette, con una novantina di aziende vinicole italiane e una cinquantina di internazionali, dall'Australia alla Moldavia. Interessanti anche i seminari, che dimostrano lo spirito di confronto

*perhaps the only ones have created a true connection between territory and rosé wine. On the other hand Rosato Salento (primarily from Negroamaro grapes) is one of the few rosé that has been able to gain fame and merit in the Bel Country and beyond. You want for its history (the first rosé of all Italy was bottled right here, in 1943, by the company Leone de Castris, named Five Roses), or for the characteristics of this native grape variety, particularly suitable for the pink version, whether for a new class of producers, who, alongside the old one, has been able to give a new course to the history of viticulture in the area. Last but not least, the work that some associations are doing is to be considered. Of these, the work of DeGusto Salento, Negroamaro's Association is absolutely highlighted. This cultural promotion association, devoid of political logic and unrelated to commercial purposes, is formed by wine enthusiasts in any way linked to none of the affiliated companies, all of which are in Salento. To date, the association, headed by the dynamic and willing president Ilaria Donateo, coordinates sixteen production realities (Apollonio, Bonsegna, Calitro, Cantele, Cantina Fiorentino, Castel di Salve, Monastery Castle, Conti Zecca, Garofano Vineyards and Cantine, Marulli, Michele Caló and sons, Romaldo Greco, Rosa del Golfo, Saints Dimitri, Tenute Rubino, Vallone Vetrere, Royal Vineyards) operating in the peninsula of Salento, that is, the extreme flap of the Tacco of Italy from the southernmost tip (S. Maria di Leuca) includes the ionic-tarantine area and part of the toast bristle. They could stay in their small garden, instead of thinking of making a system, getting out of local boundaries and opening up a search comparison with other equally well-liked territories, both Italian and foreign. This year, at the Lecce Castle event, there were more than 150 labels, with ninety Italian wineries and some fifty internationals, from Australia to Moldova. Also interesting are seminars, which demon-*







*strate the spirit of confrontation and the will of collective growth of the rosette that underlies the initiative. Then Letrari is in Trento doc as Dubl is at Aglianico, a vertical path between the tradition and the modernity of the classic rosé method with the participation of Lucia Letrari and Federico Graziani for Feudi di San Gregorio; from Valtenesi to Provence, a meeting led by Mattia Vezzola (Vice President of Consortium Valtenesi) and Carlo Alberto Panont; then the Spanish rosé and finally a vertical Ferrari Perlé Rosé. Take note of the agenda: appointment from 15 to 17 June in Lecce for Roséxpo, the next International Rosé Wines Exhibition.*

e di volontà di crescita collettiva del comparto rosato che sottende l'iniziativa. Ecco allora Letrari sta a Trento doc come Dubl sta ad Aglianico, un percorso in verticale tra la tradizione e la modernità del metodo classico rosé con la partecipazione di Lucia Letrari e di Federico Graziani per Feudi di San Gregorio; dalla Valtenesi alla Provenza, incontro guidato da Mattia Vezzola (Vice Presidente Consorzio Valtenesi) e da Carlo Alberto Panont; poi i rosati spagnoli e infine una verticale di Ferrari Perlé Rosé. Segnatevi in agenda: appuntamento dal 15 al 17 giugno a Lecce per Roséxpo, il prossimo Salone Internazionale dei vini rosati. ■