



ARRIVA LA TV DEL CORRIERE VINICOLO SU



Dopo il grande successo di pubblico della nostra pagina LinkedIn, con il Vinitaly abbiamo aperto un nuovo spazio di web TV: le **ICV video-news** dove raccontiamo in modo diverso fatti e notizie che succedono dentro e attorno al nostro mondo. Continuate a seguirci numerosi all'indirizzo [linkedin.com/company/corriere-vinicolo](https://www.linkedin.com/company/corriere-vinicolo) dove troverete tutti gli aggiornamenti sul settore vitivinicolo oltre alla preview scaricabile del numero in uscita. **VI ASPETTIAMO NUMEROSI!**



Organo d'informazione dell'Unione Italiana Vini

IL CORRIERE VINICOLO

...dal 1928

ASSOCIAZIONE PER LA TUTELA GENERALE DELLE ATTIVITÀ DEL CICLO ECONOMICO DEL SETTORE VITIVINICOLO

EDITRICE UNIONE ITALIANA VINI Sede: 20123 Milano, via San Vittore al Teatro 3, tel. 02 72 22 281, fax 02 86 62 26
Abbonamento per l'Italia: 120,00 euro (Iva assolta).
Una copia 5,00 euro, arretrati 6,00 euro. Area internet: www.corrierevinicolo.com

Registrazione Tribunale di Milano n. 1132 del 10/02/1949 Tariffa R.O.C.: Poste italiane spa, spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano
Stampa: Sigraf, Treviglio (Bergamo) - Associato all'Usipi, Unione Stampa Periodica Italiana.

DOSSIER ROSATI

FOCUS SU UN SEGMENTO
MOLTO DINAMICO
TRA SPERIMENTAZIONI
IN CANTINA E SUCCESSI
SUI MERCATI

PICCOLI "ROSA" CRESCONO

Un mondo in fermento con il vento in poppa perché unica tipologia a non risentire della flessione dei consumi di vino insieme agli spumanti. E non si tratta solo di moda...

A PAGINA 5

L'ANALISI DI MERCATO

7 **Mondo**
Il rosa ha conquistato il suo spazio

10 **Italia**
Positivo il mercato 2022 ma si potrebbe fare di più

LA DISTRIBUZIONE

12 Il traino delle bollicine. Ma è un vero problema?

16 La spiaggia è il regno dei rosé

19 On line è sbiadito

LA PRODUZIONE

20 Scommettere sul rosato

24 Vino e legno: le sfumature del rosa

27 Cerasuolo: quale futuro?

30 Francia, non c'è solo la Provenza

34 Antichi vitigni originariamente rosa

A PAGINA 37 » LA CARTA DEI VINI ROSATI «

EXPORT ITALIA 1° TRIMESTRE 2023

OSSERVATORIO DEL VINO - UIV - Ismea - Vinitaly

Volumi piatti e valori a +3,8%: uno stallo preannunciato

Crescita dello sfuso (sottocosto) e decrescita di fermi e spumanti fanno un totale a saldo zero sui volumi. Valori e prezzi in frenata rispetto al 2022. "La crescita a valore non copre il surplus di costi", dichiara il segretario generale di UIV, Paolo Castelletti. "Il mercato mondiale del vino cambia, favorendo i vini di fascia più bassa" commenta Fabio Del Bravo, responsabile Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea

Si chiude un primo trimestre complicato per le vendite di vino italiano all'estero, con i volumi piatti (+0,1%) e una performance tendenziale in valore a +3,8% (1,8 miliardi di euro). Lo rileva l'Osservatorio UIV-Ismea-Vinitaly, che ha elaborato gli ultimi dati Istat sul commercio estero. I volumi commercializzati, evidenzia l'Osservatorio, sono tenuti a galla dall'exploit di vendite di vino sfuso (+13,4%) - che registrano però una forte contrazione dei listini (-9,2%) - e dei comuni, a +12,8%. In sofferenza, sempre nei volumi, i prodotti bandiera del made in Italy, a partire dai vini fermi Dop imbottigliati, che si scendono del -5,3% (+2,5% il valore) con i rossi a -6,6%. Giù anche gli Igp (-2,5%), dove la crescita dei bianchi (+8,3%) non è bastata a calmierare la perdita dei rossi (-7,5%) e dove il segno rosso si evidenzia anche nei valori. Tra le tipologie, si conferma l'avvio difficile per gli spumanti (-3,2% volume e +7,3% valore), complice la contrazione dei volumi esportati di Prosecco (-5,5%), mentre prosegue la buona stagione dell'Asti Spumante (+9,1%) e degli sparkling comuni (+4,4%).

Continua a pag. 3 ▶

I NODI POLITICI DEL VINO ALL'ULTIMO
CONSIGLIO NAZIONALE DI UIV

BENE SUL VETRO, MALE SU OCM E DEALCOLATI

L'apertura del ministro Urso sui prezzi delle bottiglie è l'unica buona notizia. Negativo il giudizio degli imprenditori su Ocm promozione e blocco verso i dealcolati

a pag. 2

enovitis CHIUDE CON SUCCESSO L'EDIZIONE 2023
IN CAMPO

Più efficienza e meno impatto. Le parole chiave dell'innovazione in vigneto

a pag. 2



Noi siamo già nel futuro... E tu?



www.nortan.it



I NODI POLITICI DEL VINO ALL'ULTIMO CONSIGLIO NAZIONALE DI UIV



Alcuni momenti del Consiglio Nazionale tenutosi in Franciacorta presso Bellavista. Nella foto a sinistra, Paolo Castelletti e Lamberto Frescobaldi

Bene sul vetro, male su Ocm e dealcolati

L'apertura del ministro Urso sui prezzi delle bottiglie è l'unica buona notizia. Negativo il giudizio degli imprenditori su Ocm promozione e blocco verso i dealcolati. Preoccupazione per la contingenza negativa di mercato

di GIULIO SOMMA

“**P**orteremo il problema del costo delle bottiglie di vetro a uno dei prossimi tavoli interministeriali sull'agroalimentare”: l'annuncio del ministro delle Imprese e del made in Italy, **Adolfo Urso**, nel corso del suo intervento (in collegamento) all'ultima riunione del Consiglio Nazionale di Unione Italiana Vini presso l'Azienda Bellavista in Franciacorta, apre uno spiraglio su una vicenda (vedi la nostra inchiesta sul numero 16/2023) che continua a pesare sui bilanci delle aziende del vino in maniera grave (e inaccettabile) vista la contingenza di grande difficoltà del mercato sia sul fronte interno che estero. Nonostante il prezzo dell'energia sia tornato livelli di due anni fa, gli appelli della filiera vitivinicola all'industria vetraria a riportare i listini a livelli pre-crisi sono rimasti inascoltati: da qui la decisione di chiamare in causa i Ministeri competenti da cui, dopo le parole del ministro Urso, si attendono a breve passi concreti.

Ma questa potrebbe essere l'unica notizia positiva emersa dall'ultima tornata consiliare dell'associazione che, dopo aver passato in rassegna alcuni dossier di stretta attualità - la nuova normativa europea per l'etichettatura, la proposta di nuova direttiva sugli imballaggi e sull'uso sostenibile dei prodotti fitosanitari, lo stato di avanzamento della riforma delle Igt, dove i francesi hanno affossato l'emendamento di Ceev e UIV sulla possibilità di effettuare il c.d. “taglio migliorativo” del 15% nelle Igt - ha concentrato la propria attenzione sul contesto di mercato ripartendo dai dati dell'Osservatorio del vino UIV, che ad aprile indicavano il livello delle giacenze al +5% rispetto al pari periodo dello scorso anno - con forte crescita degli stock delle Dop (+9%) - nonostante una campagna vendemmiale 2022 chiusa con volumi in contrazione dell'1%. Una situazione che comincia a riverberarsi sui prezzi dello sfuso - in discesa soprattutto al Sud - con la Germania che sta acquistando in regime di low cost, cui si aggiunge un trend “piatto” delle vendite all'estero evidenziate nell'anteprema export primo trimestre (vedi articolo alle pagg. 3-4) presso le principali piazze extra Ue, dove si registra la fatica di mercati importanti, in particolare Uk, Canada, Giappone, Cina e Corea del Sud e, per la prima volta dopo anni di crescita, il forte rallentamento anche gli spumanti. Contesto che ha riproposto con forza la necessità di riflettere su misure di carattere strutturale per gestire e contenere la sovrapproduzione, ha segnalato **Mauro Poinelli**, capo unità vino Dg Agri Commissione Ue in collegamento da Bruxelles, e, a scadenza più ravvicinata, utilizzare al meglio le opportunità espansive offerte dalla promozione e dal mercato dei dealcolati.

Ocm: attese e preoccupazioni

In tema di promozione, è intervenuto il neopresidente dell'Ice, **Matteo Zoppas** (sul prossimo numero del giornale pubblicheremo una sua ampia intervista raccolta a margine dell'incontro) che ha illustrato le attività della nuova Agenzia a supporto della promozione internazionale del vino italiano, ma è sull'Ocm promozione che si sono concentrate attese e preoccupazioni degli imprenditori. Dopo le recenti richieste di “aggiustamento” da parte del Ministero dell'Economia e un dialogo ancora difficile tra Regioni e Masaf, continuano ad allungarsi i tempi di approvazione della misura relativa alla promozione 2022- 2023 nei Paesi terzi (mentre stiamo scrivendo la situazione è ancora fluida) con il rischio che i nostri competitor (Francia e Spagna) che, invece, pare abbiano già emanato il bando, siano in anticipo rispetto a noi avendo, quindi, tutto il tempo per organizzare al meglio i programmi il cui avvio è previsto il prossimo 16 ottobre. Ma non basta: si stanno profilando all'orizzonte novità restrittive nella bozza di decreto - relative alla partecipazione a più bandi regionali e alle modalità di svolgimento delle attività nei Paesi terzi da parte delle aziende partecipanti allo stesso progetto - in contrasto con le richieste di flessibilità arrivate dalla filiera e da Unione Italiana Vini, che rischiano di mettere in difficoltà le piccole e medie imprese e compromettere la stessa capacità promozionale dell'intero Sistema Paese.

Dealcolati: la situazione ancora non si sblocca

Brutte notizie, da una burocrazia che sembra miope e una politica che pare disattenta, che si allargano dalla promozione all'altro tema su cui UIV sta battendo da tempo: il permanere della situazione di impasse sul fronte della produzione e commercializzazione dei prodotti dealcolati, che in Italia restano ancora inibite nonostante il via libera da parte dell'Unione europea (Regolamento 1308/2013) e le reiterate sollecitazioni dell'associazione e delle imprese italiane del vino presso il Dicastero dell'Agricoltura per risolvere un blocco normativo che di fatto sta generando un evidente svantaggio competitivo del nostro paese. Per Unione Italiana Vini la situazione di stallo su questi

due aspetti strategici risulta ancora più pesante nel contesto di brusco rallentamento dei mercati internazionali registrato in questi primi mesi dell'anno. “Le istituzioni - ha detto il presidente UIV, **Lamberto Frescobaldi** - ci stimolano a una ulteriore crescita con l'obiettivo di superare il competitor francese nella leadership mondiale del mercato del vino. Un obiettivo giusto, che le imprese italiane del vino sono consapevoli di poter raggiungere, a patto però che ognuno faccia la propria parte. Lo svantaggio competitivo generato dai ritardi delle amministrazioni nelle scelte non aiuta lo sviluppo del mercato, tra l'altro in un periodo di forte incertezza con un livello di giacenze ben oltre la soglia di sicurezza in diverse aree strategiche del Paese”.



CHIUDE CON SUCCESSO L'EDIZIONE 2023

PIÙ EFFICIENZA E MENO IMPATTO Le parole chiave dell'innovazione in vigneto

La 17ª edizione della manifestazione organizzata da UIV dedicata alle tecnologie per la viticoltura registra un nuovo record di espositori, oltre 170, e visitatori che superano quota 5.500. Prossimo appuntamento: Enovitis Extrême, evento dedicato ai vigneti di montagna e in elevata pendenza, che il 13 luglio andrà live presso la Cantina Valle Isarco - Eisacktal (Chiusa, Bz)



Il maltempo non frena i visitatori così come le difficoltà di mercato non hanno demotivato le imprese espositrici e la 17ª edizione di Enovitis in campo, l'evento itinerante di Unione Italiana Vini dedicato alle tecnologie per la viticoltura che si è tenuto nei giorni scorsi a Polpenazze del Garda (Bs), registra un nuovo record di espositori, oltre 170, e visitatori che superano quota 5.500. Efficienza di macchinari e tecnologie, che significa sostenibilità economica, e impatto sempre più contenuto in termini di impronta idrica e carbonica che si traduce in sostenibilità ambientale sono stati i due temi guida che, come abbiamo ascoltato dalla viva voce di alcuni visitatori nelle nostre interviste video sulla pagina linkedin del giornale ([linkedin.com/company/corriere-vinicolo](https://www.linkedin.com/company/corriere-vinicolo)), hanno orientato l'interesse dei viticoltori intervenuti e guidato le valutazioni della giuria del premio Innovation Challenge. “Siamo molto soddisfatti dei

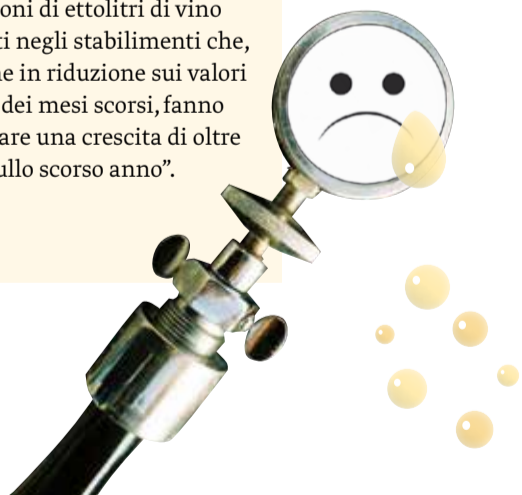
risultati per un duplice motivo - ha commentato il segretario generale di Unione Italiana Vini, **Paolo Castelletti** - perché da un lato Enovitis in campo si conferma la manifestazione di riferimento in Italia per le macchine e attrezzature da vigneto, un appuntamento unico per rappresentatività, vivacità delle proposte e attualità del dibattito tecnico anche grazie alla sua fortunata formula espositiva ‘in vigna’, dall'altro perché lo sforzo innovativo e le proposte dell'industria presentate tra i filari, che hanno spaziato principalmente dalle soluzioni nel campo della robotica, dell'elettrificazione, della riduzione della chimica, al biologico, agli agrofarmaci fino ai biostimolanti, sono in grado di dare risposte concrete ed efficaci all'esigenza dei viticoltori di avere un vigneto sempre più efficiente e sostenibile”. L'ottimo spirito di collaborazione con l'Azienda agricola Erian - Cantina Bottenago ha permesso di gestire al meglio i contrattamenti legati a piovoschi,

anche forti, che si sono abbattuti sull'area della manifestazione sia prima che durante lo svolgimento dell'evento “senza compromettere - ha spiegato Castelletti - in alcun modo nelle dimostrazioni in campo né scoraggiare la visita dei numerosi viticoltori e operatori intervenuti provenienti da diverse aree del nostro Paese ma anche dall'estero, quest'anno in particolare dalla Germania, dalla Slovenia e dal Kazakistan”. E il testimone passa ora a Enovitis Extrême, il “clone” di Enovitis in campo dedicato ai vigneti di montagna e in elevata pendenza, che il 13 luglio andrà live nei vigneti della Cantina Valle Isarco - Eisacktal (Chiusa, Bz) per la seconda edizione della rassegna dinamica riservata alla viticoltura eroica. Si tratta di un approfondimento specifico sull'utilizzo di macchine operatrici e attrezzature destinate all'impiego in condizioni orografiche impervie a fronte di elevatissimi costi di produzione.

➔ Segue dalla prima pagina

Il commento di UIV e Ismea

“In questo primo trimestre - ha detto il segretario generale di UIV, **Paolo Castelletti** - la coperta troppo corta è sempre più evidente: la crescita in valore è infatti insufficiente per far fronte al surplus di costi dettato da materie prime ed energetici, che influisce per circa il 12% su un prezzo medio aumentato di appena il 3,7%. Permangono le notevoli difficoltà dei rossi, in particolare quelli Dop e Igp, a cui si aggiunge la battuta d'arresto dello spumante. Più in generale, l'attuale congiuntura impone alla domanda scelte low cost, e per questo in termini volumici fanno meglio prodotti base che hanno ritoccato poco i listini. Ma a che prezzo?”. “Il mercato mondiale del vino sta mandando segnali di cambiamento che sembrano favorire al momento i vini di fascia più bassa - ha commentato **Fabio Del Bravo**, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea -. Guardando alle dinamiche dell'export dei nostri principali competitor, la Francia appare particolarmente penalizzata dall'attuale orientamento del mercato, e registra una riduzione dei flussi in quantità del 7,5% (+3,4% gli incassi). I vini spagnoli, al contrario, sono favoriti da un prezzo più competitivo e spuntano delle progressioni sia in volume (+3,8%) che in valore (+11,4%). Per quanto riguarda il nostro export, siamo lontani dai tassi di crescita a cui settore ci aveva abituati negli ultimi anni. A complicare il quadro anche l'evidente rallentamento delle vendite alla distribuzione sul mercato interno e i quasi 53 milioni di ettolitri di vino stoccati negli stabilimenti che, sebbene in riduzione sui valori record dei mesi scorsi, fanno registrare una crescita di oltre il 4% sullo scorso anno”.



Crescita dello sfuso (sottocosto) e decrescita di fermi e spumanti fanno un totale a saldo zero sui volumi. Valori e prezzi in frenata rispetto al 2022, segno che i mercati non sono più disposti ad accettare tutto a tutti i costi



Tutti i dati sulla piattaforma

OSSERVATORIO DEL VINO



Le analisi di queste pagine sono effettuate dall'Osservatorio del Vino UIV - Ismea - Vinitaly. I report integrali, con tabelle di dettaglio, sono visionabili sul sito www.osservatoriodelvino.it/report

Per tutte le informazioni sui pacchetti abbonamento, si può richiedere un preventivo direttamente online o contattare la segreteria: segreteria.osservatoriodelvino@uiv.it



di CARLO FLAMINI - Osservatorio del Vino UIV

Tutto sommato il dato di sostanziale stallo delle esportazioni italiane di vino era nell'aria: la lievitazione dei prezzi cumulata per tutto il 2022, l'accumulo di prodotto presso i mercati più grandi, traditi forse da aspettative di crescita continua dei consumi ben oltre la fuoriuscita dalla pandemia, a conti fatti rivelatesi errate. Oggi, i dati elaborati dall'Osservatorio del Vino UIV-Vinitaly paiono dire che di vino in giro per il mondo ce n'è fin troppo, e l'indietreggiamento anche dello spumante

(Prosecco compreso) ne è la spia più evidente. A cui si aggiunge lo sgonfiamento progressivo dei listini, oggi poco sopra il +3,5%, quando per tutto il 2022 si è viaggiato attorno a una media di +13%. Segno che le aziende italiane stanno trovando ormai sempre più difficoltà a girare gli aumenti della fase produzione, con i mercati che sembrano indicare che la fase di assorbimento pari-pari sia finita definitivamente.

Alle nostre cantine, così, non resta che guardare a volumi che indietreggiano sul lato confezionato (-2,4% il segmento fermi e frizzanti, a cui si

aggiunge il -3% dello spumante), mentre quelle che lavorano sullo sfuso, in vista della vendemmia e con stock di prodotto in alcuni casi ben sopra il 5% generale, stanno declassando i listini, soprattutto sui rossi, con i comuni e gli Igp praticamente venduti a saldo in Germania e Nord Europa.

SPUMANTI

Venendo alle tipologie, per la spumantistica marzo chiude come detto in calo del 3%, dopo il -2% ➔

EXPORT ITALIANO DI VINO PER TIPOLOGIE

	Litri			Euro			Euro/litro		
	2022	2023	Var. %	2022	2023	Var. %	2022	2023	Var. %
Spumanti	107.572.217	104.113.406	-3,2	428.059.638	459.099.537	7,3	3,98	4,41	10,8
Bottiglia < 2 litri	281.385.559	274.584.682	-2,4	1.169.934.671	1.202.334.932	2,8	4,16	4,38	5,3
Frizzanti	34.916.594	35.139.522	0,6	87.396.599	98.563.410	12,8	2,50	2,80	12,1
Vini fermi	241.968.697	236.087.748	-2,4	1.048.868.447	1.072.954.234	2,3	4,33	4,54	4,8
Passiti e liquorosi	2.021.725	1.706.659	-15,6	19.733.186	19.254.860	-2,4	9,76	11,28	15,6
2-10 litri	11.998.303	11.937.735	-0,5	28.023.435	28.716.004	2,5	2,34	2,41	3,0
Sfusi	83.570.885	94.734.244	13,4	70.843.493	72.883.244	2,9	0,85	0,77	-9,2
Mosti	4.149.087	3.697.083	-10,9	10.156.548	8.907.449	-12,3	2,45	2,41	-1,6
Totale	488.676.051	489.067.150	0,1	1.707.017.785	1.771.941.166	3,8	3,49	3,62	3,7

EXPORT DI PROSECCO SPUMANTE

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Stati Uniti	23.362.774	1,5	111.154.763	13,8	4,76	12,1
Regno Unito	15.482.965	-24,9	63.815.880	-14,6	4,12	13,8
Francia	5.051.470	8,0	22.101.789	29,0	4,38	19,4
Germania	4.084.324	-0,6	19.217.158	14,2	4,71	14,9
Belgio	4.078.040	-12,3	16.433.770	0,4	4,03	14,5
Svizzera	2.159.187	4,5	11.384.449	14,3	5,27	9,4
Russia	2.141.733	34,3	9.490.032	55,5	4,43	15,7
Polonia	2.084.399	-0,6	8.792.591	12,2	4,22	12,9
Svezia	1.862.821	-5,5	8.382.294	2,9	4,50	8,8
Austria	1.502.394	5,4	7.984.307	17,9	5,31	11,8
Canada	1.413.671	-25,3	7.518.059	-26,9	5,32	-2,1
Repubblica Ceca	715.911	40,8	3.445.975	56,9	4,81	11,5
Paesi Bassi	650.495	-11,0	3.247.433	-1,0	4,99	11,2
Norvegia	433.483	-3,5	2.230.945	8,0	5,15	11,9
Ucraina	509.951	30,7	2.218.319	35,4	4,35	3,6
Finlandia	406.570	20,1	2.111.791	35,1	5,19	12,5
Spagna	464.767	-15,9	2.076.349	-2,3	4,47	16,2
Giappone	220.958	-51,0	1.363.192	-37,0	6,17	28,6
Irlanda	258.030	6,8	1.264.030	18,0	4,90	10,5
Danimarca	183.297	-35,3	894.011	-23,1	4,88	18,9
Totale	74.881.943	-5,5	342.126.269	6,6	4,57	12,9

EXPORT SPUMANTI PER CATEGORIE

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Champagne (riexport)	248.483	79,3	6.987.274	57,1	28,12	-12,4
Cava (riexport)	238.746	6,2	1.258.317	67,9	5,27	58,1
Prosecco	74.881.943	-5,5	342.126.269	6,6	4,57	12,9
Asti	8.165.350	9,1	29.527.580	13,2	3,62	3,7
Dop	3.002.456	-6,3	21.063.111	-5,8	7,02	0,6
Igp	1.082.732	-27,2	3.830.504	-27,2	3,54	0,0
Varietali	3.273.869	5,5	10.668.896	13,0	3,26	7,1
Comuni	13.219.827	4,4	43.637.586	12,2	3,30	7,5
Totale spumanti	104.113.406	-3,2	459.099.537	7,3	4,41	10,8

EXPORT SPUMANANTI PER PAESI - GENNAIO-MARZO

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Usa	26.317.972	-0,9	125.375.631	10,5	4,76	11,5
UK	17.085.387	-25,5	69.759.829	-15,0	4,08	14,1
Germania	7.641.786	1,3	33.786.883	18,5	4,42	17,0
Francia	5.731.143	3,7	24.725.714	19,9	4,31	15,6
Belgio	5.413.834	-5,5	21.221.849	4,2	3,92	10,2
Russia	4.400.858	13,4	17.171.771	40,8	3,90	24,1
Svizzera	2.749.077	5,1	15.992.166	13,6	5,82	8,0
Svezia	3.015.537	12,6	12.408.814	11,9	4,11	-0,6
Austria	2.378.296	19,5	11.786.028	30,1	4,96	8,9
Polonia	2.845.882	6,1	11.367.574	16,7	3,99	10,0
Canada	1.803.574	-21,5	9.536.058	-23,4	5,29	-2,4
Giappone	1.526.722	-24,8	7.993.749	-7,5	5,24	23,0
Paesi Bassi	978.796	-14,9	4.911.298	-10,6	5,02	5,0
Spagna	1.234.047	15,1	4.666.603	37,6	3,78	19,5
Repubblica Ceca	966.419	41,1	4.385.666	53,8	4,54	9,0
Ucraina	1.219.678	40,2	4.371.784	44,3	3,58	2,9
Finlandia	780.343	13,2	3.563.258	15,7	4,57	2,2
Norvegia	671.124	0,0	3.466.247	2,1	5,16	2,1
Danimarca	627.315	5,6	2.669.784	5,5	4,26	-0,2
Cina	444.996	-64,5	2.207.322	-52,0	4,96	35,2
Corea del Sud	387.320	-41,3	1.786.927	-37,6	4,61	6,3
Irlanda	290.246	7,7	1.411.712	16,3	4,86	8,0
Hong Kong	200.212	-17,0	1.086.718	-8,3	5,43	10,5
Brasile	173.926	-45,1	521.972	-33,3	3,00	21,6
Altri	15.228.916	20,5	62.924.180	22,5	4,13	1,6
Totale	104.113.406	-3,2	459.099.537	7,3	4,41	10,8

➡ della fine del 2022. C'è da dire che un anno fa di questi tempi si viaggiava a +23%, per cui il dato va inquadrato in una dinamica fisiologica di rientro, che tuttavia coinvolge parzialmente i competitors europei: lo Champagne chiude i conti a -2%, ma dopo aver fatto +40% a marzo 2022, tenendo fra l'altro ancora positivi UK e Usa. Gli spagnoli stanno invece viaggiando in terreno positivo, a +9% volume. Il Prosecco è in leggero aumento in Usa (+1.5%), in drammatica involuzione in UK (-25%, a cui si aggiunge il -12% del Belgio), mentre sta tenendo il passo solo in Francia (+8%) e Svizzera (+5%), che compensano la frazionale riduzione tedesca. In ripresa le esportazioni verso la Russia (+34%). Vanno bene i conti dell'Asti: il +9% volume è fatto da una ripresa poderosa del mercato tedesco, che va a compensare le riduzioni in Usa, Russia (anche se si continua a triangolare con i Paesi Baltici) e UK, con la postilla del mercato polacco, che a volume sta assorbendo più prodotto di quello statunitense.

VINI FERMI

Per quel che concerne i vini fermi, tra bianchi e rossi vincono sicuramente i primi (+2.4% contro -6%): i rossi, che vedono il primo mercato, la Germania, a -8%, marcano male sia nell'alto di gamma (le Dop, a -7%) che nella mediana, gli Igp (-8%, pur a fronte di listini leggermente superiori all'anno passato, +1.7%, contro media generale di +5%). I bianchi invece tengono solo sulla parte Igp (+8%), mentre arretrano sul segmento Dop (-3%), con un bilancio finale comunque tenuto in piedi dai primi tre mercati, Usa (+2%), Germania (+4%) e solo UK stabile (-1%). In un contesto tutto sommato migliore, arriva-

no segnali negativi per i bianchi veneti - leggi Pinot grigio - dai due principali mercati (Usa e UK, rispettivamente -1% e -23%), così come dalla Germania (-14%). Per i rossi, tra toscani, veneti e piemontesi, sono questi ultimi a salvarsi (-1.5%, a fronte di cali a doppia cifra per gli altri), anche se vedono volumi a -11% in Germania e -8% UK, compensati dal +15% degli Usa. Usa che si rivelano amari per toscani e veneti, con riduzioni degli acquisti superiori al 6%, a cui si affiancano ribassi di oltre il 20% in Germania. UK positivo solo per i toscani, mentre i rossi veneti vedono crollare gli acquisti in Scandinavia e Canada, dove si viaggia attorno a -50%.

Per il resto dei vini fermi, troviamo lato bianchi crescita in Europa (Belgio, Paesi Bassi, Francia, Svizzera) e interruzione dei flussi verso il Canada e il Giappone. Per i rossi, stasi del mercato americano e britannico (-1% e -2.5%), ma flessioni di un certo peso sia in Svizzera (-4%) che soprattutto in Canada, sceso di ¼. Pesanti i conti trimestrali anche in Danimarca, Giappone, Svezia e Belgio, mentre tengono i Paesi Bassi e soprattutto la Francia (+34%).

VINI SFUSI

Lo sfuso sta ovviamente tentando di trovare la strada di uscita da cantine piene, in particolare di rosso: sulla parte comuni e Igp, abbiamo prezzi in forte riduzione, ma flussi costanti di uscita di prodotto solo per i comuni (+34% generale, di cui +60% solo in Germania), mentre gli Igp sono in calo volumico del 4%, dovuto a contrazione di Svizzera e Francia, che vanno a compensare i forti approvvigionamenti dei mercati tedesco (+44%) e danese (+28%). Carlo Flamini

EXPORT VINO IN BOTTIGLIA < 2 LITRI PER CATEGORIE

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Frizzanti Dop	13.878.801	3,6	46.977.805	18,2	3,38	14,2
Frizzanti Igp	14.570.117	-1,8	33.057.604	2,9	2,27	4,7
Frizzanti varietali	703.008	31,9	1.716.909	31,4	2,44	-0,4
Frizzanti comuni	5.987.596	-2,7	16.811.092	18,2	2,81	21,4
Totale frizzanti	35.139.522	0,6	98.563.410	12,8	2,80	12,1
Bianchi Dop	66.288.078	-3,2	264.698.747	4,9	3,99	8,4
Rossi Dop	63.451.602	-6,6	446.428.595	1,6	7,04	8,8
Totale Dop	129.739.680	-4,9	711.127.342	2,8	5,48	8,1
Bianchi Igp	30.530.888	8,3	85.832.088	15,1	2,81	6,3
Rossi Igp	52.943.585	-7,5	221.717.470	-5,9	4,19	1,7
Totale Igp	83.474.473	-2,3	307.549.558	-0,8	3,68	1,5
Bianchi varietali	3.627.137	45,7	4.346.083	17,3	1,20	-19,5
Rossi varietali	2.737.490	9,6	9.952.256	32,8	3,64	21,1
Totale varietali	6.364.627	27,6	14.298.339	27,7	2,25	0,0
Bianchi comuni	6.825.452	22,5	11.206.356	22,6	1,64	0,1
Rossi comuni	9.683.516	0,8	28.772.639	7,8	2,97	6,9
Totale comuni	16.508.968	8,8	39.978.995	11,6	2,42	2,6
Totale vini fermi	236.087.748	-2,4	1.072.954.234	2,3	4,54	4,8
Liquorosi e passiti						
Marsala	523.468	-17,3	2.047.675	-3,6	3,91	16,5
Dop-Igp > 15°	927.488	-6,9	16.230.357	2,5	17,50	10,1
Comuni > 15°	255.703	-34,9	976.828	-45,2	3,82	-15,7
Totale liquorosi e passiti	1.706.659	-15,6	19.254.860	-2,4	11,28	15,6
Tot. fermi + liquorosi	237.794.407	-2,5	1.092.209.094	2,2	4,59	4,9
Riexport	1.650.753	-33,4	11.562.428	-17,0	7,00	24,6
Totale bottiglia	274.584.682	-2,4	1.202.334.932	2,8	4,38	5,3
Bianchi	107.271.555	2,4	366.083.274	7,8	3,41	5,2
Rossi	128.816.193	-6,1	706.870.960	-0,3	5,49	6,2

EXPORT VINI FERMI IN BOTTIGLIA PER PAESI

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Usa	50.013.164	1,1	287.131.716	13,1	5,74	11,9
Germania	49.830.933	-3,4	182.818.162	0,5	3,67	4,0
Svizzera	10.250.044	-0,8	77.909.011	1,3	7,60	2,2
UK	26.676.448	-1,4	77.904.324	1,5	2,92	3,0
Canada	12.343.010	-22,4	65.615.689	-19,8	5,32	3,3
Paesi Bassi	11.475.765	7,3	45.626.082	8,0	3,98	0,7
Francia	6.724.513	40,0	35.538.775	37,5	5,28	-1,8
Giappone	6.179.900	-19,6	28.570.726	-8,9	4,62	13,4
Belgio	7.677.706	-8,9	28.211.541	-4,4	3,67	4,9
Danimarca	5.589.619	-29,8	27.830.207	-25,5	4,98	6,1
Svezia	5.320.952	-4,8	26.477.268	-6,3	4,98	-1,6
Norvegia	2.564.818	-6,8	15.139.594	-0,9	5,90	6,4
Russia	5.852.373	56,0	13.896.028	39,9	2,37	-10,3
Cina	2.649.530	-33,7	13.491.073	-29,0	5,09	7,0
Austria	3.087.594	-6,5	12.247.276	-5,0	3,97	1,6
Polonia	3.736.197	18,1	11.612.818	18,0	3,11	-0,1
Corea del Sud	1.490.224	-31,8	11.212.695	-23,9	7,52	11,6
Finlandia	1.467.454	9,6	6.573.473	6,8	4,48	-2,5
Repubblica Ceca	1.564.948	-7,3	5.591.447	-2,1	3,57	5,6
Spagna	1.001.112	18,0	5.280.108	12,3	5,27	-4,8
Irlanda	1.478.272	-5,0	5.033.752	1,7	3,41	7,1
Brasile	1.074.607	-24,0	4.401.796	-12,8	4,10	14,7
Hong Kong	396.635	7,8	3.184.439	-6,4	8,03	-13,2
Messico	776.629	24,6	3.052.185	31,2	3,93	5,3
Altri	16.865.301	9,1	78.604.049	13,6	4,66	4,1
Totale	236.087.748	-2,4	1.072.954.234	2,3	4,54	4,8

EXPORT VINO SFUSO PER CATEGORIE

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Frizzanti	1.185.973	10,9	2.293.215	17,8	1,93	6,2
Bianchi Dop	6.130.283	2,2	6.163.710	-0,7	1,01	-2,9
Rossi Dop	2.234.456	-0,1	3.524.509	-5,6	1,58	-5,5
Totale Dop	8.364.739	1,6	9.688.219	-2,5	1,16	-4,1
Bianchi Igp	8.621.947	-3,4	8.745.224	-5,7	1,01	-2,4
Rossi Igp	9.751.927	-3,6	12.617.668	-17,1	1,29	-14,0
Totale Igp	18.373.874	-3,5	21.362.892	-12,8	1,16	-9,6
Bianchi varietali	3.500.903	81,3	3.122.503	81,9	0,89	0,4
Rossi varietali	2.413.539	20,1	1.890.536	16,2	0,78	-3,3
Totale varietali	5.914.442	50,1	5.013.039	49,9	0,85	-0,1
Bianchi comuni	46.033.883	13,6	22.366.263	20,9	0,49	6,4
Rossi comuni	13.200.350	33,7	10.018.781	24,0	0,76	-7,2
Totale comuni	59.234.233	17,6	32.385.044	21,9	0,55	3,6
Dop-Igp > 15°	161.846	16,6	913.908	112,1	5,65	81,8
Comuni > 15°	1.314.046	297,4	654.382	177,6	0,50	-30,2
Totale vini > 15°	1.475.892	214,4	1.568.290	135,2	1,06	-25,2
Riexport	185.091	-57,9	572.545	-85,2	3,09	-65,0
Totale	94.734.244	13,4	72.883.244	2,9	0,77	-9,2

EXPORT VINO 2-10 LITRI PER PAESI

	Litri		Euro		Euro/litro	
	2023	Var. %	2023	Var. %	2023	Var. %
Svezia	2.599.207	1,6	6.557.383	-1,5	2,52	-3,0
UK	2.346.221	-11,4	3.666.722	-3,6	1,56	8,8
Norvegia	1.379.519	-22,8	3.646.014	-19,2	2,64	4,6
Germania	1.299.020	12,5	2.824.032	9,9	2,17	-2,4
Usa	986.677	23,8	2.447.118	1,9	2,48	-17,7
Svizzera	376.903	33,1	1.914.851	45,8	5,08	9,6
Giappone	230.309	0,6	857.816	21,0	3,72	20,3
Francia	239.911	49,6	713.305	84,2	2,97	23,1
Polonia	422.144	22,9	597.622	71,3	1,42	39,4
Finlandia	217.011	-13,3	587.360	-16,3	2,71	-3,5
Repubblica Ceca	390.173	-25,4	529.105	-13,3	1,36	16,2
Danimarca	211.287	0,4	516.524	-15,5	2,44	-15,9
Cina	91.388	60,3	344.057	61,4	3,76	0,7
Canada	97.324	-22,6	321.890	-14,2	3,31	10,9
Totale	11.937.735	-0,5	28.716.004	2,5	2,41	3,0

PICCOLI “ROSA” CRESCONO

**FOCUS SU UN
SEGMENTO MOLTO
DINAMICO TRA
SPERIMENTAZIONI IN
CANTINA E SUCCESSI
SUI MERCATI**



Un mondo in fermento, quello dei rosati, con il vento in poppa perché unica tipologia a non risentire della flessione dei consumi di vino insieme agli spumanti. E non si tratta solo di moda, ci sono - e li abbiamo raccontati nel dettaglio - esperimenti di invecchiamento e affinamento, così come associazioni che puntano ad espressioni meno convenzionali. E poi c'è la scelta degli appassionati, segnata anche dal cambio climatico e il rinnovamento delle proposte gastronomiche. Senza dimenticare che sì, pur volendolo “destagionalizzare”, il rosato è vino estivo e da spiaggia...

di GIULIO SOMMA e FABIO CIARLA

In un mercato del vino stagnante se non, purtroppo, in frenata, il rosa rimane l'unica tipologia che, pur con numeri ancora bassi, continua a segnare trend in crescita anche grazie a una vivacità di sperimentazione in vigna e cantina che sta portando fuori dall'ombra il cosiddetto terzo “colore del vino”.

Da quando nel 2021 dedicammo il tema dell'anno del nostro giornale al fenomeno “rosa”, di strada se ne è fatta molta. Questa categoria agli occhi del consumatore sta entrando stabilmente nella famiglia del vino (con la V maiuscola), sta crescendo una viticoltura dedicata, i rosati sono sempre meno ruota di scorta o completamento di gamma delle imprese vinicole che hanno visto in questi vini una possibilità di diversificazione del portafoglio, rivelatasi molto interessante.

E, infatti, come leggeremo nell'analisi dei dati dell'Osservatorio del Vino UIV, il segmento dei vini rosati segna ancora un progresso, certo più piccolo a volume che in valore (dove l'effetto inflazione è più evidente) ma pur sempre una crescita. E da dove arriva questo successo che non sembra volersi arrestare e che rappresentatività ha sul mercato? Siamo andati ad indagare nel settore Horeca come nella Grande distribuzione, tra gli e-commerce e le enoteche fisiche, scoprendo un mondo fatto di mille sfaccettature. I numeri sono, in genere, ancora piccoli. Focalizzati su due aspetti tradizionali: la stagionalità e le aree a forte vocazione rosatista. Questi i due driver di crescita più solidi, ai quali se ne stanno però affiancando altri, dallo spostamento dei gusti verso vini più leggeri e immediati alla ricerca di maggiori capacità di abbinamento con le nuove proposte gastronomiche, non solo vegetariane. Se diversi operatori si sono dimostrati freddi

e poco convinti delle capacità del vino rosa di diventare un “fenomeno” commerciale, come è in effetti quello che va sotto il cappello di “modello provenzale”, ce ne sono però alcuni che sanno da tempo di poter contare su questa tipologia per realizzare fino alla metà delle loro vendite di vino, parliamo degli stabilimenti balneari e dei ristoranti al loro interno. Qui non c'è discussione, il rosato la fa da padrone, in percentuale, diventando una voce di cassa, in entrata, davvero molto importante anche in termini assoluti. Considerando poi la vocazione turistica italiana risulta evidente come questo sia un canale da, potenziali, milioni di bottiglie, vendute spesso con margini ben più interessanti rispetto ai canali tradizionali. Ma il mondo dei rosa, come detto, è ricco

alle esigenze di originalità e di resilienza al cambiamento climatico possa arrivare anche da uve-reliquia “originariamente rosa”, quasi scomparse ma dalla storia lunghissima, lo scopriremo solo quando potremo dire di averci lavorato con assiduità e serietà. Insomma, a leggere le pagine di questo speciale, il mondo rosa si rivela un vero laboratorio di idee, sperimentazioni e innovazioni, terreno di battaglie viti-enologiche, di scontro ideale tra passato e futuro, di tensione tra vigneto e mercato. Segno che si tratta di una category in fermento e forte trasformazione pronta a consolidarsi come vera e propria “terza tipologia” con un colore dove le nuances, ben più che nei bianchi e nei rossi, saranno i punti di forza identitari di una nuova stagione del marketing.

INCANTO NC

**Legni alternativi solubili
progettati per soddisfare
tutti i tuoi obiettivi enologici.**

INCANTO
NC

INCANTO
NC CHERRY

INCANTO
NC WHITE

**La soluzione alternativa all'uso dei chips
con efficacia immediata.**



enartis
Inspiring innovation.

AEB *en rose*



SCOPRI LE SOLUZIONI AEB IDEALI PER UN VINO ROSATO MODERNO E DI TENDENZA

Il mercato dei vini rosati è un mercato fatto di sfumature, colori e profumi. Le nostre tecnologie, a partire dalle prime fasi di ammostamento fino all'ottenimento del prodotto finito, passano attraverso la scelta di coadiuvanti di chiarifica, enzimi e lieviti selezionati, come **FERMOL PB2033**, ideale per rosé fruttati, **FERMOL Red Bouquet**, per un rosé tiolico e speziato, e **FERMOL Candy** per rosati dall'aroma amilico. I lieviti sono coadiuvati dal nutriente **FERMOPLUS Rosé**, che amplifica le note aromatiche di questa tipologia di vini.



Scopri la gamma



AEB SPA - Via Vittorio Arici, 104
S. Polo 25134 Brescia
Tel: +39 030 23071
info@aeb-group.com aeb-group.com



L'ANALISI
DELL'OSSERVATORIO
DEL VINO SUL
COMMERCIO MONDIALE
2010-2022



IL ROSA HA CONQUISTATO IL SUO SPAZIO



● Bianchi
● Rossi
● Rosati



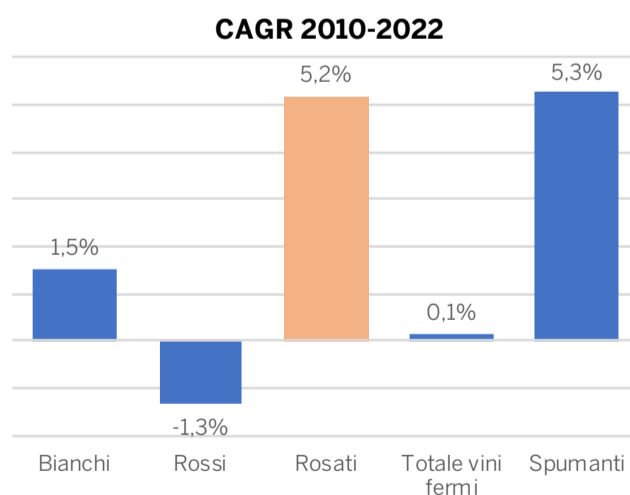
ESPORTAZIONI MONDIALI DI VINI FERMI E SPUMANTI (ettolitri)

	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022	Media 2013-2017	Media 2018-2022	Saldo
Bianchi	20.525.972	22.118.119	22.106.786	22.115.885	22.666.882	22.874.938	24.971.451	2,2%	11,0%	1,5%	22.209.171	23.489.690	1.280.519
Rossi	39.276.619	41.862.802	41.152.704	41.629.743	37.607.969	37.321.280	33.044.745	-9,8%	-13,2%	-1,3%	41.449.058	36.531.326	-4.917.732
Rosati	3.097.218	3.174.091	3.374.136	3.920.150	4.926.440	4.831.046	5.989.977	4,2%	18,9%	5,2%	3.693.581	5.306.693	1.613.112
Totale fermi	62.899.809	67.155.012	66.633.627	67.665.778	65.201.291	65.027.264	64.006.173	-4,2%	-2,4%	0,1%	67.351.809	65.327.709	-2.024.101
Spumanti	5.704.231	6.336.937	7.049.114	8.034.111	9.001.786	8.751.570	11.105.236	6,2%	19,8%	5,3%	7.555.379	9.718.114	2.162.735

Al netto del segmento effervescenti, che si conferma dinamico come tutti gli sparkling, l'analisi di queste pagine si concentra sulla tipologia ferma, i cui macro trend tutti positivi confermano come il comparto dei rosé, nel tempo, si sia costruito uno suo mercato di successo: dal tasso medio di crescita annuo, che nel periodo 2010-2022 si è attestato a +5,2%, contro il +0,1% dell'intero aggregato dei vini fermi, al costante aumento delle esportazioni. Tiene ancora la leadership pluriennale di Madrid, anche se è tallonata da Parigi. L'Italia invece, tra i tre big, rimane più staccata. Nel Nuovo Mondo si fa avanti il Cile

Un successo certificato dai numeri. Per un comparto, quello dei vini rosati che, partito come fenomeno di tendenza si è costruito nel tempo uno suo spazio di mercato, consolidando volumi e fatturati globali. E il segreto del successo risiede principalmente in tre fattori: l'upgrade qualitativo, che ha migliorato i profili aromatici e la struttura dei vini rosé, grazie a un

costante impegno nelle tecniche di vinificazione, la facilità di degustazione, che ha attratto un numero crescente di consumatori, e l'impulso della ristorazione che ha saputo cogliere i vantaggi della versatilità negli abbinamenti. La produzione mondiale di vini rosati, basandosi sui dati più recenti, orbita ormai stabilmente attorno ai 23 milioni di ettolitri, rappresentando, nel segmento dei vini fermi, una quota di circa il 10%. Significativo il loro ruolo sui mercati internazionali con movimentazioni annuali di oltre 10 milioni di ettolitri, poco meno della metà della produzione, per il 40% rappresentate da bollicine e per il restante 60% da vini fermi. Focalizzandosi su quest'ultimo segmento, l'Os-



servatorio del Vino di Unione Italiana Vini ha realizzato recentemente un'analisi a partire dai dati del commercio mondiale che, al netto degli effervescenti, segmento che in questa fase appare anche più dinamico come tutto il comparto sparkling, suggella il successo dei rosati, mostrando macro-trend tutti di segno positivo. La lettura combinata dei dati restituisce un'immediata evidenza di questo fenomeno nelle tendenze di lungo periodo, con un Cagr (Compound annual growth rate), che esprime il tasso medio di crescita annuo, che nel periodo 2010-2022 si è attestato per i rosati al +5,2%, contro il +0,1% osservato per l'intero aggregato dei vini fermi.

Vini fermi o frizzanti

Macchine imbottigliatrici progettate sulle vostre esigenze.

- ✓ Custom-made
- ✓ Soluzioni avanzate di cambio formato
- ✓ Innovazione tecnica
- ✓ Tecnologia brevettata anti ossidazione

Qualità senza compromessi
Bormanus è prodotto da SVS Sandri s.r.l. azienda con più di 30 Anni di esperienza nella produzione di componentistica per il settore alimentare.

BORMANUS
filling systems

SVS Sandri s.r.l. | Via Lago di Levico, 3 | 36015 Schio (VI) ITALY
T +39 0445576442 | E info@bormanus.com



Un indicatore che conferma le divaricazioni, relativamente agli andamenti reali (al netto cioè degli effetti distortivi dovuti all'inflazione), che hanno caratterizzato il commercio mondiale di vini in questi ultimi tredici anni. Da rilevare che il Cagr dei rosati supera di tre volte e mezzo la crescita delle esportazioni dei bianchi e appare in netta controtendenza rispetto alla dinamica dei vini rossi, che nel periodo in esame hanno accusato una contrazione dell'1,3% in media d'anno. Da rilevare, inoltre, che il 5,2% di crescita dei rosé è solidale con l'andamento del commercio globale di spumanti, analizzato nel suo complesso, con un Cagr attestato in questo caso al +5,3%.

Export in crescita

Altra significativa evidenza è la costante crescita delle esportazioni di vini rosati osservata dall'inizio dello scorso decennio, con la sola eccezione del 2020, outlier nelle serie storica per l'impatto della pandemia da Covid-19 e per le ricadute sul commercio mondiale conseguenti ai lockdown. Un percorso, che ha evidenziato anche tassi di crescita a doppia cifra, osservati nel biennio 2017-2018 e nel 2021, indicativo di un trend che non sembra invece caratterizzare l'intero aggregato dei vini fermi, che in ben cinque annualità su tredici, compresi gli ultimi dodici mesi, hanno sperimentato variazioni al ribasso dei volumi esportati (il conto degli anni in negativo sale a sette nel caso dei rossi). Si consideri, inoltre, che l'ultima osservazione statistica, basata sui dati del 2022, attribuisce ai rosé un'incidenza sul volume complessivo delle esportazioni del segmento fermi del 9,4%, la più elevata dal 2010, contro il 4,9% di inizio periodo e il 4,7% del biennio 2011-2012 (minimo della serie storica).

Nel 2022, contrassegnato da una flessione del 4,2% delle esportazioni mondiali di vini fermi (-9,8% i rossi, che restano comunque la categoria prevalente, +2,2% i bianchi), scese a 64 milioni di ettolitri da poco meno di 67 milioni del 2021, i vini rosati hanno mostrato un andamento speculare, mettendo a segno una crescita del 4,2% e rasentando la soglia dei 6 milioni di ettolitri (erano circa la metà i volumi esportati globalmente nel 2010). Rispetto ai livelli pre-pandemia (2022 vs 2019) il segmento ha archiviato un progresso del 19%, ma lo stesso confronto restituisce

una contrazione del 2,4% per l'intera categoria dei vini fermi, con andamenti ancora differenziati tra i rossi, in calo del 13,2%, e i bianchi che sono invece aumentati dell'11% sempre in termini di volumi esportati.

Nel bilancio degli ultimi cinque anni (2018-2022) le esportazioni di vini rosati sono aumentate di oltre 1,6 milioni di ettolitri in termini assoluti se rapportate ai volumi medi del quinquennio precedente (2013-2017). Positivo il riscontro anche per i bianchi, seppure per un quantitativo inferiore a 1,3 milioni di ettolitri, mentre i rossi

hanno ceduto quasi 5 milioni, con un bilancio complessivo per i fermi in perdita di oltre 2 milioni di ettolitri nel confronto delle medie tra i due lustri.

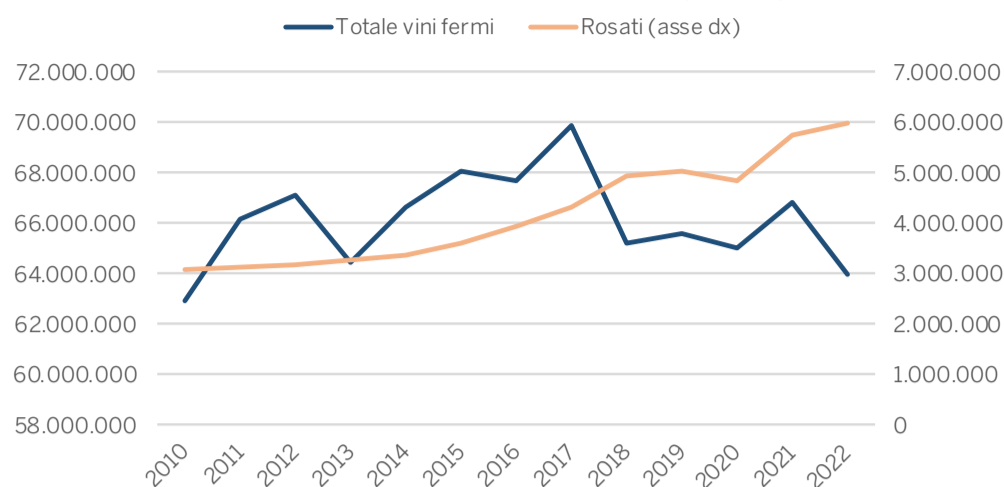
Tiene (per ora) il primato spagnolo

Le statistiche, nonostante i recenti progressi della Francia, attribuiscono il primato per esportazioni di vini rosé alle cantine spagnole, con un volume nel 2022 di oltre 1,8 milioni di ettolitri. Una leadership pluriennale che Madrid potrebbe, in prospettiva, anche perdere a vantaggio dei

concorrenti d'Oltralpe, che dal 2010 ad oggi hanno esibito un Cagr del +16,6%, contro un tasso medio annuo di crescita di appena il 3,3% delle etichette iberiche. Tra i due competitor resta un divario ancora piuttosto ampio, se si considera che l'anno scorso la Francia ha venduto cross border poco più di 1,3 milioni di ettolitri. Ancora più staccata l'Italia, che all'estero ha trasferito nel 2022 un quantitativo di 940mila ettolitri di vini rosati, con un Cagr del +2,4% dal 2010, il più contenuto tra i tre big del settore.

La differenza emerge anche analizzando il peso

TREND ESPORTAZIONI MONDIALI (ettolitri)



SIAMO GREEN DA 248 ANNI

Le nostre Botti & Barriques sono realizzate solo con legno ecosostenibile certificato FSC e PEFC. Per i nostri primi 250 anni l'obiettivo è arrivare all'utilizzo di sola energia rinnovabile.

Noi siamo partiti dalle radici, quelle vere.



Garbellotto
L'ARTE DEL BOTTAIO®



dei rosé sull'export complessivo di vini fermi, con l'8% dell'Italia che si confronta con incidenze del 14% della Francia e del 15% delle cantine spagnole. Il sorpasso di Parigi su Roma è avvenuto nel 2018 (fino al 2017 le esportazioni di rosé tricolore superavano per volumi quelle transalpine). Il divario tra i due Paesi si è progressivamente allargato, riflettendo in questi ultimi anni una robusta accelerazione delle esportazioni francesi a fronte di una crescita decisamente più moderata per i rosati italiani. Il blocco dei tre Paesi europei copre oggi poco meno del 70% delle esportazioni mondiali di vini rosati, con il 31% di quota spagnola, il 22% francese e meno del 16% in capo alle cantine italiane (era al 22,6% lo share del 2010).

Tra i produttori del Nuovo Mondo, il Cile, sia pure con volumi ancora largamente inferiori a quelli di Stati Uniti e Australia, è il Paese con le migliori prospettive di crescita sui mercati internazionali. Mediamente le esportazioni di rosati cileni sono cresciute a un tasso annuo del 17,2%, contro aumenti del 6,8% per i vini di Canberra e del 7,8% per i rosé a stelle e strisce. Gli ultimi dodici mesi hanno chiuso con un dato deludente per i competitor andini, che hanno perso sui mercati mondiali il 16% dei volumi esportati nel 2021 (massimo da 13 anni). Al contrario sono aumentate del 7,5% le esportazioni di rosati australiani e del 10% quelle Usa, mentre in Europa, la Francia ha esibito la migliore performance, con un più 7% su base annua, a fronte di progressi del 4,5% dell'Italia e del 2,2% della Spagna. In flessione l'anno scorso anche le vendite di vini rosati argentini (-18%), con Buenos Aires che in questo specifico segmento, di cui comunque è un player minore, sta perdendo terreno ormai da diversi anni, con un Cagr negativo del 4,5% dal 2010 ad oggi. *p.f*

ESPORTAZIONI DI VINI FERMI PER COLORE (ettolitri)

ITALIA	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	4.077.340	4.396.290	4.516.890	4.548.580	4.376.870	4.394.540	4.687.900	1,3%	4,8%	1,1%
Rossi	7.817.933	7.633.055	6.994.660	6.791.571	5.954.108	6.153.574	6.197.147	-4,6%	-2,6%	-1,8%
Rosati	690.697	651.665	647.270	717.739	819.662	807.596	941.846	4,5%	18,2%	2,4%
Totale fermi	12.585.970	12.681.010	12.158.820	12.057.890	11.150.640	11.355.710	11.826.893	-1,7%	1,7%	-0,5%

FRANCIA	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	2.829.890	2.786.230	2.896.840	2.679.690	2.620.090	2.580.010	2.922.408	1,1%	8,2%	0,2%
Rossi	6.021.498	6.950.037	6.756.565	6.580.096	6.147.822	5.558.868	5.325.297	-3,8%	-9,5%	-0,9%
Rosati	180.182	248.253	323.635	491.084	867.878	855.102	1.324.472	6,9%	40,0%	16,6%
Totale fermi	9.031.570	9.984.520	9.977.040	9.750.870	9.635.790	8.993.980	9.572.177	-0,9%	0,4%	0,4%

SPAGNA	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	1.657.940	2.475.120	1.868.200	2.002.390	1.898.730	2.020.370	2.282.797	0,7%	14,4%	2,5%
Rossi	8.124.218	10.426.637	10.345.350	11.049.190	8.528.371	9.050.385	8.005.195	-16,0%	-16,3%	-0,1%
Rosati	1.201.212	1.179.203	1.197.450	1.322.150	1.494.679	1.472.675	1.842.487	2,2%	19,3%	3,3%
Totale fermi	10.983.370	14.080.960	13.411.000	14.373.730	11.921.780	12.543.430	12.130.479	-10,8%	-7,4%	0,8%

CILE	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	1.760.370	1.710.777	1.735.018	1.725.677	1.785.090	1.719.500	1.721.420	3,1%	0,3%	-0,2%
Rossi	2.467.340	2.620.483	2.718.736	3.030.146	3.030.571	2.912.748	2.879.298	-1,3%	-0,2%	1,2%
Rosati	30.030	62.063	64.727	113.327	192.862	204.274	235.462	-16,4%	-5,4%	17,2%
Totale fermi	4.257.740	4.393.323	4.518.481	4.869.150	5.008.522	4.836.522	4.836.180	-0,7%	-0,3%	1,0%

ARGENTINA	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	408.610	363.690	326.090	305.770	265.110	286.560	296.080	-7,4%	9,5%	-2,4%
Rossi	1.510.730	1.472.150	1.473.920	1.579.360	1.441.150	1.532.920	1.505.570	-10,1%	2,9%	0,0%
Rosati	164.510	111.930	56.650	91.110	91.330	110.720	90.700	-17,6%	-14,8%	-4,5%
Totale fermi	2.083.850				1.797.590	1.930.200	1.892.350	-10,1%	2,9%	-0,7%

AUSTRALIA	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	3.006.067	2.891.861	2.966.236	2.936.326	2.986.824	2.860.419	2.925.700	8,9%	12,2%	-0,2%
Rossi	4.586.039	4.095.212	3.901.428	4.236.278	4.590.700	4.035.042	2.811.279	-11,1%	-31,5%	-3,7%
Rosati	180.182	217.222	258.908	302.206	313.400	380.045	423.831	7,5%	41,8%	6,8%
Totale fermi	7.772.288	7.204.294	7.126.572	7.474.810	7.890.924	7.275.507	6.160.810	-1,3%	-12,1%	-1,8%

USA	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Var. 2022/21	Var. 2022/19	Cagr 2010-2022
Bianchi	176.142	223.360	236.838	250.349	270.354	339.605	396.105	9,6%	34,2%	6,4%
Rossi	3.343.607	3.289.450	3.417.300	3.118.576	2.544.255	2.607.275	1.634.919	-25,4%	-35,2%	-5,4%
Rosati	210.212	217.222	242.726	302.206	409.831	475.056	559.221	10,3%	12,3%	7,8%
Totale fermi	3.729.961	3.730.032	3.896.864	3.671.131	3.224.440	3.421.936	2.590.245	-15,3%	-21,9%	-2,8%



Move Bottling Forward

Imbottigliare è molto di più di un'azione: è un processo da cui dipende la qualità finale di ogni bevanda, e che nel nostro caso parte da lontano. La forza di MBF si trova in ciò che guida ogni giorno il nostro lavoro: la passione di una grande famiglia, la continua ricerca di nuove tecnologie, l'affidabilità delle nostre soluzioni.





**MERCATO
ITALIA**
L'ANALISI
SUI DATI
Circana.

47,2 milioni di litri, per un controvalore di oltre 166 milioni di euro, +5,5% in valore +0,5 in volume sul 2021. E i primi dati 2023 confermano il trend. Il più dinamico è il comparto dei fermi. Un andamento in netta controtendenza rispetto alla dinamica generale delle vendite di vini, ma in un mercato che appare a tutt'oggi sottodimensionato rispetto ad altri Paesi

Positivo il mercato dei rosé 2022 ma si potrebbe fare di più



**CONSUMI
DI VINI
E SPUMANTI
IN ITALIA -
ANNO 2022**

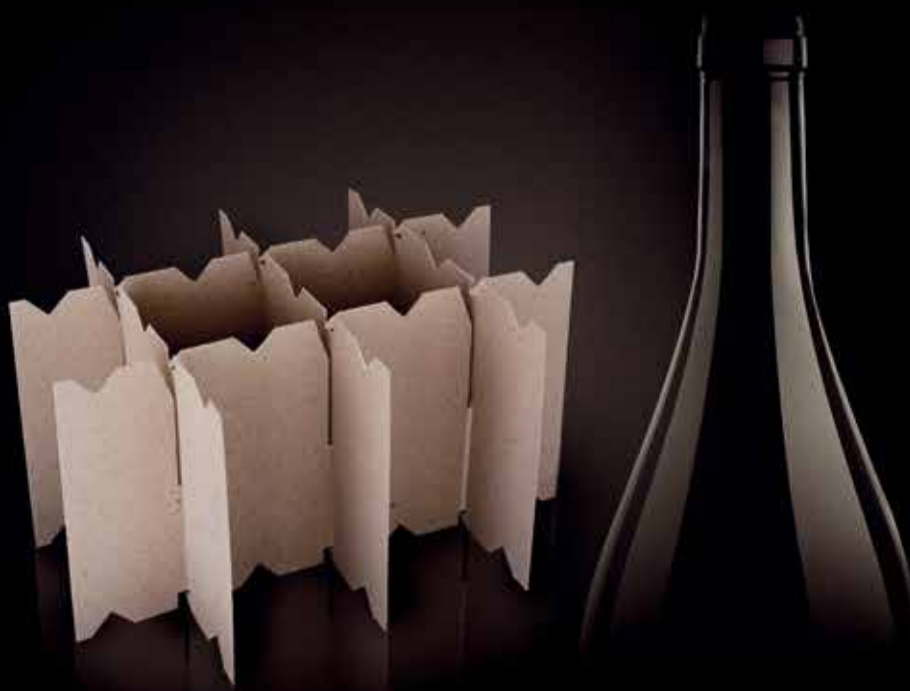
	Euro	Var. annua	Litri	Var. annua	€/lt	Var. annua
Vini totale	2.241.184.727	-1,8%	664.760.035	-5,4%	3,37	3,8%
Spumanti	665.025.847	-0,2%	99.993.947	-4,7%	6,65	4,7%
Vini liquorosi	21.499.905	-8,5%	2.055.670	-12,6%	10,46	4,8%
di cui:						
Vini rosati fermi	94.753.549	7,3%	32.579.520	1,7%	2,91	5,5%
Vini rosati frizzanti	26.699.249	0,4%	8.561.540	-4,8%	3,12	5,5%
Spumanti rosati	44.435.123	5,1%	6.040.855	2,4%	7,36	2,6%
Vini liquorosi rosati	568.055	-10,7%	66.507	-23,2%	8,54	16,4%
Totale rosati	166.455.976	5,5%	47.248.422	0,5%	3,52	5,0%

	Valore	Var. annua p.p.	Volumi	Var. annua p.p.	€/lt	Var. annua
Quota rosati vini	5,4%	0,4	6,2%	0,4	2,91	5,5%
Quota rosati spumanti	6,7%	0,3	6,0%	0,4	3,12	5,5%
Quota rosati liquorosi	2,6%	-0,1	3,2%	-0,5	7,36	2,6%

Mantiene un trend positivo in Italia il fatturato retail dei rosati. Vini che negli ultimi dodici mesi hanno confermato un andamento in netta controtendenza rispetto alla dinamica generale delle vendite di vini, sia pure in un mercato che appare a tutt'oggi sottodimensionato rispetto ai potenziali, per un'attività di comunicazione meno incisiva - a detta di alcuni esperti di marketing del settore - rispetto ad altri Paesi. Un vuoto, ancora da colmare, che non si limita ai volumi e ai fatturati osservati nell'off-trade (acquisti per consumi intra-door), ma che coinvolge anche l'Horeca (ristorazione, pub, wine bar e altri canali extradomestici), più dinamico in questo post pandemia, dal momento che nell'on-trade il segmento dei rosati avrebbe qualche chance in più, grazie soprattutto al sostegno della domanda turistica di matrice estera. Guardando i dati dell'off-trade (al netto quindi del fuori casa), tale considerazione è suggest-

M2X
CHIUSURE ITALIA

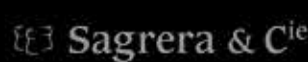
Sicurezza per le tue bottiglie



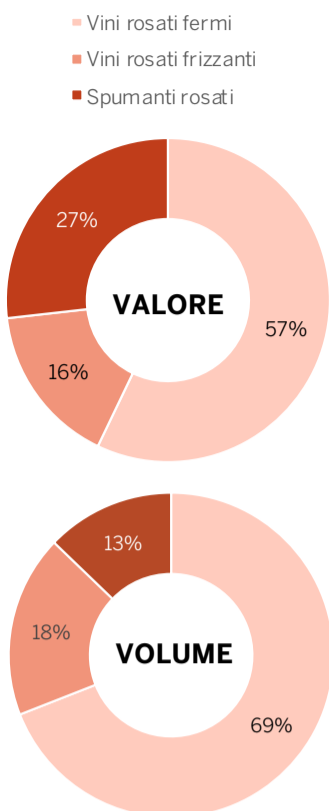
Scatolificio
Abruzzese

Alveari in cartoncino teso e ondulato made in Italy, adatti sia all'inserimento con macchina che manuale. Sicurezza e qualità garantite per una protezione sicura ed efficace delle tue bottiglie.

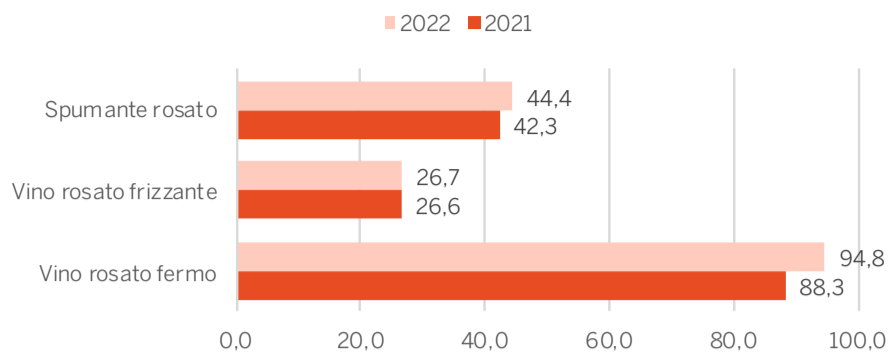
SOLUZIONI DI TAPPATURA M2X



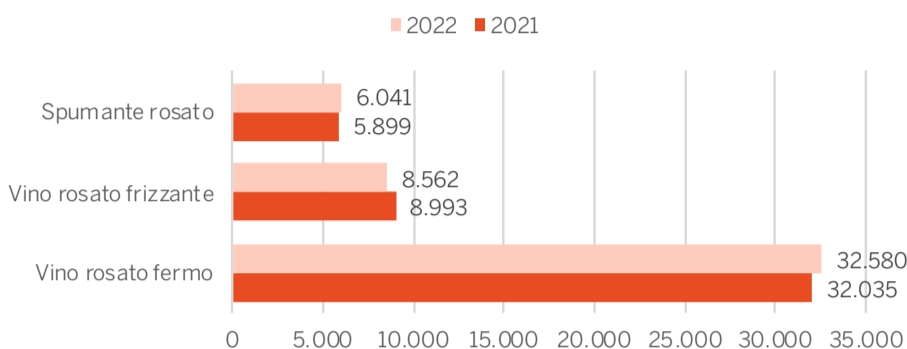
QUOTE RETAIL VINI E SPUMANTI ROSATI



VINI ROSATI, VENDITE RETAIL (mln €)



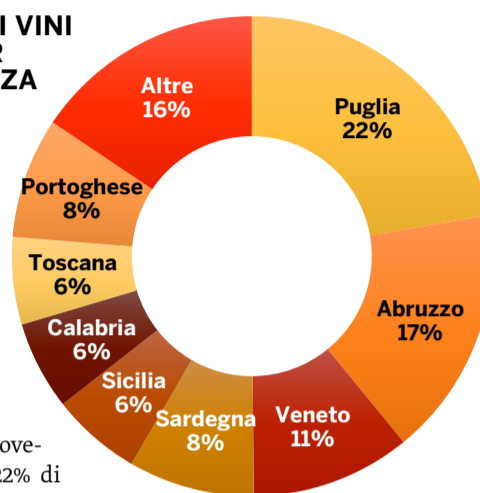
VINI ROSATI, VENDITE RETAIL (.000 litri)



CONSUMI DI VINI ROSATI IN BOTTIGLIA 0,75 LITRI (Anno terminante al 30 aprile 2023)

	Euro	Var. annua	Litri	Var. annua
Totale, di cui	56.923.683	10,9%	9.799.248	2,0%
Puglia	13.221.134	16,0%	2.180.489	7,6%
Abruzzo	8.124.307	7,1%	1.650.988	1,2%
Veneto	4.080.290	-0,7%	1.055.850	-6,2%
Sardegna	5.428.107	11,2%	830.842	4,0%
Sicilia	3.169.125	24,7%	594.945	23,3%
Calabria	3.453.482	-0,3%	586.128	-7,7%
Toscana	4.661.526	18,5%	576.192	9,1%
Portoghese	4.251.955	-1,1%	797.236	-9,7%

CONSUMI DI VINI ROSATI PER PROVENIENZA REGIONALE (volumi)



lata da una quota di mercato dei rosé che in Italia si aggira attorno al 5% in valore e al 6% a volume, contro un'incidenza quasi doppia all'estero, considerando i mercati più dinamici (in particolare Francia, Stati Uniti e Germania).

Fatturati in crescita

I numeri recentemente diffusi da Circana, la società di ricerche di mercato nata dalla fusione di Iri e Npd, forniscono un'evidenza comunque positiva nel bilancio dell'intera annata trascorsa, con vendite complessive di segmento pari a 47,2 milioni di litri, per un controvalore di 166,4 milioni di euro. Il fatturato, che considera tutte le categorie di rosati (fermi, frizzanti, spumanti e liquorosi), è aumentato su base annua del 5,5%. Il più dinamico è il comparto dei fermi che ha messo a segno un progresso del 7,3% nel 2022, totalizzando quasi 95 milioni di euro. Un andamento che si rapporta al -1,8% degli incassi retail legati alle vendite complessive di vini fermi (2,2 miliardi di euro), considerando in questa analisi tutto il canale moderno (iper e supermercati, discount e libero servizio) e l'e-commerce.

Anche per gli spumanti rosé il giro d'affari (44,4 milioni di euro) ha sperimentato, nel 2022, un incremento del 5,1%, a fronte di un calo frazionale dello 0,2% osservato per l'intera categoria degli sparkling (665 milioni). Meno dinamici i rosati frizzanti (+0,4% sul 2021), mentre le vendite di liquorosi hanno chiuso in territorio negativo, cedendo quasi l'11%, una flessione in questo caso più accentuata rispetto al meno 8,5% rilevato a livello di reparto nel suo complesso.

Andamento positivo dei volumi

L'analisi basata sui volumi di vendita certifica, con numeri comunque più modesti, l'andamento positivo dei rosati, con uno 0,5% di crescita annua delle vendite fisiche. Evidente anche in questo caso la divaricazione negli andamenti del segmento rispetto alle dinamiche complessive, con i fermi che, per le bottiglie rosé (32,6 milioni di litri), archiviano l'1,7% di crescita e con l'intera categoria (comprensiva di bianche e rossi) che chiude invece con un meno 5,4% anno su anno.

Stessa considerazione per gli spumanti, con il sotto reparto dei rosati (6 milioni di litri) che segna un +2,4%, contro il 4,7% di riduzione riscontrato per l'aggregato sparkling nel complesso. Il mercato non ha premiato invece i frizzanti, che arretrano di quasi 5 punti percentuali, e tanto meno i liquorosi, con questi ultimi che anche a volume hanno mostrato una dinamica negativa più accentuata per i rosati (-23%) se rapportata a quella complessiva (-13% circa). I fermi, tra i rosé, concentrano il 57% del fatturato di colore, seguiti dagli spumanti al 27% di quota. Il 16% residuo è quasi del tutto riconducibile alle vendite di frizzanti, con i liquorosi che rappresentano appena lo 0,3% del giro d'affari retail. Per volumi il primato dei fermi si rafforza, toccando il 69% di share, mentre gli spumanti, secondi come detto per fatturato, sono solo terzi per volumi al 13% di quota, contro il 18% dei frizzanti.

Dinamica dei prezzi

Analizzando la dinamica dei prezzi al dettaglio, si osservano aumenti mediamente più accentuati per tutte le categorie

del reparto rosé rispetto all'insieme dei prodotti enologici, con la sola eccezione degli spumanti. Al riguardo, va comunque considerato che il prezzo medio di uno sparkling rosé è di 7,36 euro/litro, contro i 6,65 euro medio di categoria, mentre i fermi costano meno sia di un bianco sia, soprattutto, di un rosso (stessa evidenza per i liquorosi).

Altro aspetto da considerare è l'ulteriore rafforzamento della quota di mercato dei rosati, seppure molto modesto, con l'attuale 5,4% dei vini e 6,7% degli spumanti in crescita, rispettivamente, di 4 e 3 decimi di punto percentuale rispetto allo share (per fatturato) del 2021. Analoghe le risultanze a volume, ma con quote in questo caso attestata poco al di sopra del 6% per i fermi e al 6% tondo per le bollicine.

Un primo sguardo al 2023

Relativamente alle sole bottiglie da 0,75 litri, i dati più recenti sempre di fonte Circana, aggiornati al 30 aprile scorso (si tratta dell'anno terminante, che comprende quindi il periodo maggio 2022-aprile 2023), restituiscono nel segmento rosati una fotografia positiva, ancora in controtendenza rispetto alle dinamiche generali. Le vendite retail, nel dato cumulato dei dodici mesi, hanno sfiorato quota 57 milioni di euro, mettendo a segno un robusto 10,9% di crescita annua, sia pure "dopata" dall'inflazione, che nel reparto alcolici viaggiava nella media del periodo già oltre il +6%.

Le dinamiche relative alle effettive movimentazioni fisiche, corrispondenti a poco meno di 9,8 milioni di litri transitati sugli scanner della Gdo e del libero servizio piccolo (13 mi-

lioni di bottiglie), limitano la crescita al +2%, con un aumento implicito del prezzo medio unitario di circa il 9%.

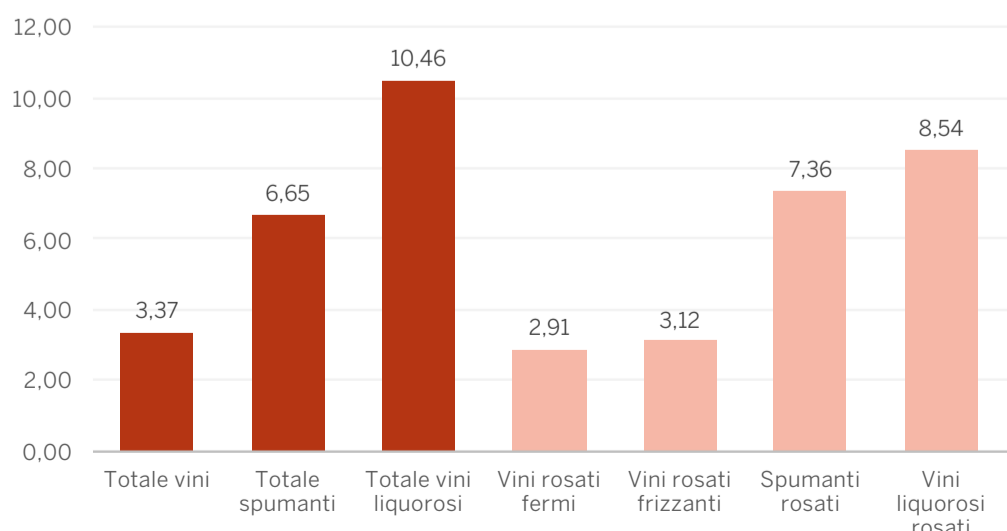
Gli aggiornamenti, ancora relativi all'anno terminante ad aprile 2023, rivelano una flessione complessiva delle vendite di bottiglie di vino, considerando in questo caso tutti i colori, del 4% a volume, a fronte di una crescita dell'1,7% in termini monetari. Risultati che incorporano un aumento del prezzo medio unitario del 6%, inferiore di 3 punti percentuali alla dinamica osservata per i rosati.

Quanto alle provenienze, con il 22% di quota-volume la Puglia resta la regione leader, seguita dall'Abruzzo al 17% e dal Veneto (11%). I maggiori progressi, anche in termini fatturati, si registrano tuttavia per le bottiglie di rosé siciliani (+23% la variazione annua delle vendite) a fronte di incrementi del 7,6% dell'origine Puglia e di oltre il 9% degli imbottigliati toscani. Tirano il freno i rosati portoghese, in compagnia delle provenienze venete e calabresi. Stessa evidenza per le dinami-

che dei fatturati, seppure con cali solo frazionali per le bottiglie di Veneto e Calabria e di poco più dell'1% per le etichette portoghesi. p.f.

Fonte grafici e tabelle: Circana Liquid Data (Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Discount+Ecommerce)

ANALISI DEI PREZZI MEDI RETAIL (€/litro)



FILTRIX

Le migliori soluzioni di **FILTRAZIONE IN PROFONDITÀ**

FILTRIX, la gamma filtri e strati filtranti di alta qualità per la filtrazione di vini e bevande.

TCA e TBA?

FIBRAFIX® TX-R rimuove efficacemente TCA e TBA!

SWISS QUALITY.

DEPTH FILTRATION FOR VALUABLE LIQUIDS. SINCE 1938.

FILTRIX Southern Europe | 08930 Sant Adrià de Besòs, Spagna | Tel: +39 331 575 5592 | filtrix@filtrix.es www.filtrix.com

**L'ANALISI
DEL MERCATO
ITALIANO NELLA
VOCE DEGLI
OPERATORI**

di VITTORIO FERLA



IL ROSA SFRUTTA IL TRAINO DELLE BOLLICINE. MA È UN VERO PROBLEMA?

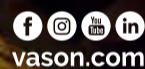
La tipologia non sfonda nella distribuzione organizzata ed è ancora una nicchia in diversi canali, ma i segnali di crescita ci sono, in particolare grazie al segmento sparkling. Elemento da interpretare come un'occasione piuttosto che un limite, come dimostrano gli e-commerce e gli enotecari, ovvero i nuovi e vecchi "informativi" del vino...



Nell'ambito della Grande distribuzione il rosato resta sostanzialmente una nicchia: difficile prevedere una sua possibile esplosione. Il discorso cambia un po' nelle enoteche dove la categoria comincia ad attirare maggiore attenzione. Soprattutto per l'impegno degli enotecari che, sulla base di una più ampia varietà di offerte, cominciano a proporre più spesso i vini rosa a una clientela che, nel frattempo, è diventata più curiosa. Nella ristorazione è facile distinguere tra le regioni "rosatiste", dove c'è una propensione al consumo radicata e identitaria, e le altre, dove i rosati fanno più fatica e, semmai, sono oggetto maggiormente dell'attenzione dei turisti. A sostegno dello sviluppo del fenomeno, tutti gli operatori segnalano l'impatto delle bollicine, che sicuramente nel presente e ancor più nel futuro rappresenteranno un traino efficace per l'affermazione dei rosé (anche quelli fermi). Bisogna infine registrare un certo ottimismo degli operatori - primi tra tutti gli e-commerce del vino - sul futuro della categoria: il rosato è un vino versatile negli abbinamenti, differenziato nell'offerta (a partire dal colore), accessibile nel prezzo, che in prospettiva sembra poter crescere nell'indice di gradimento dei consumatori. A patto che ciascun operatore, nel suo settore specifico, sia disponibile a investire nella formazione e nell'orientamento. Come stanno facendo appunto enotecari e portali online, i due punti di contatto ormai fondamentali per chi, oltre la vendita, vuole ricevere anche informazioni sul vino.



GUARDA
IL VIDEO



X-PRO[®]

EXTRAORDINARY WINEMAKING

**Il processo X-PRO[®]
valorizza l'identità del tuo vino.**

I prodotti della gamma XPRO[®] sono realizzati attraverso un procedimento di lisi completamente innovativo e con brevetto esclusivo* di Enologica Vason S.p.a. Il processo X-PRO[®] preserva integralmente le caratteristiche dei lieviti inattivi, è svolto a bassa temperatura e sottovuoto, senza l'utilizzo di enzimi esogeni. **Nessuna sostanza chimica, nessun additivo, solo il naturale processo di trasformazione ed evoluzione della materia prima.**

**ENOLOGICA
VASON[®]**
S.p.A.

Contattaci per maggiori informazioni:
info@vason.com

LA RISPOSTA NATURALE PER ESALTARE E PROTEGGERE L'IDENTITÀ DEL VINO
Gamma di prodotti a base di lieviti inattivi, privi di sostanze chimiche o additivi, che conservano la freschezza degli aromi e le tonalità dei vini.



BREVETTO ESCLUSIVO*
DI ENOLOGICA VASON S.p.A.



ADATTI ALLA PRODUZIONE
DI VINO BIOLOGICO



NON CLASSIFICATI ADDITIVI
IN BASE AL REG. UE 2022/68

Brevetto Europeo n. EP 3561047
Modello Comunitario Registrato
n. EM 007542857-001



Da sinistra,
Alessandro ROSSI,
Corrado MAPELLI

MARCO USAI, wine specialist MD

MD: consumi in crescita e destagionalizzati

Il comparto dei rosati ha numeri positivi: il mercato premia questa tipologia di vini per la grande versatilità a tavola. Da inizio anno registriamo una crescita di oltre due punti percentuali a volume e nove punti a valore. Il consumo, come per gli spumanti, si è decisamente destagionalizzato. Grazie ai nuovi inserimenti, puntiamo a migliorare la performance anche nella stagione estiva". A parlare è **Marco Usai**, wine specialist MD, che fa il punto sull'andamento della tipologia negli oltre 800 punti vendita dell'insegna sparsi sul territorio nazionale, a partire dal target: "molto eterogeneo, con i giovani naturalmente più aperti verso le bollicine e una sostanziale parità di genere tra i nostri clienti". In questo momento, per MD, l'offerta di rosati a scaffale si concentra su una dozzina di referenze all'interno di un assortimento che, tra territori e prodotti stagionali, conta in media 130 etichette. "Il Centro-Sud Italia è fortemente rappresentato in questa categoria, accanto alle classiche denominazioni Castelli Romani e Cerasuolo d'Abruzzo, e ai rosati pugliesi Igt, proponiamo anche un vino Doc campano da uve Aglianico e un rosato sardo Igt", spiega Usai, che poi aggiunge: "Vanno benissimo i vini spumanti e frizzanti, trainati dal successo del Prosecco, che abbiamo inserito per primi subito dopo la ratifica del nuovo disciplinare". Viceversa "i fermi fanno un po' più di fatica, in particolare i vini a denominazione d'origine. Molto positive, invece, le performance del vino nel formato Pet da cinque litri, premiato per l'ottimo rapporto qualità prezzo e destinato al consumo giornaliero". Per concludere, un cenno alle iniziative future: "Lavoriamo su progetti ambiziosi: abbiamo appena inserito a scaffale un rosé da Pinot grigio, biologico e a basso livello di solforosa, per intercettare il consumatore che ricerca vini meno convenzionali. Rafforzeremo la presenza di vini quotidiani e la linea degli spumanti metodo Martinotti". (v.f.)



Enoteche: colori che vanno e tradizioni che restano, ma serve il racconto

Dalle enoteche, avamposti fisici del rapporto con i consumatori, arrivano piccoli segnali positivi: cresce la curiosità e la consapevolezza, ma resta cruciale il ruolo dell'enotecario. "La nostra enoteca registra un aumento di consumo dei vini rosati, ma i dati sono molto modesti. I rosati fermi italiani arrivano solo al 5% del totale delle vendite. Nel 2019, ultimo anno pre-Covid, eravamo al 3%. Ma parliamo comunque di pochi pezzi. In ogni caso 9 clienti su 10 non chiedono il rosato, ma almeno oggi se lo propongono stanno ad ascoltare". A parlare è **Francesco Trimani**, ultima generazione della storica insegna punto di riferimento per la Capitale. "In Italia - continua - tira soprattutto la linea adriatica dal Salento in su, passando per il Cerasuolo d'Abruzzo per arrivare fino al Garda. Ma nel nostro Paese il vino rosato è sempre stato considerato di serie B, prima di tutto dagli stessi produttori. Molti lo fanno come ripiego utilizzando il salasso, una tecnica di cantina che si applica al vino rosso". Ma le cose stanno cambiando, secondo Francesco Trimani "man mano che aumenta la vendita all'estero, si modifica l'offerta: oggi tutti si sono messi a fare i rosati, insieme con gli ancestrali e i

rifermentati. Comprendo la voglia di fare di più, anzi in Italia siamo portati a sperimentare, a differenza che all'estero, ed è così che anche il 'barolista' si mette a fare il rosato e nel Lazio spuntano i Cesanesi rosati. Ma la domanda principale viene comunque dall'estero". Oltre alla stagionalità, per Trimani conta anche un altro aspetto: "Per gli italiani c'è l'effetto di ritorno dai viaggi: chi va in Puglia in vacanza e assaggia un rosato locale, magari poi al ritorno lo ricompra". E il colore? "Influisce, ma limitatamente. Dal punto di vista del territorio - conclude l'enotecario romano - vanno forte Puglia, Abruzzo, Garda e Toscana. Come vitigni direi il Negroamaro e il Primitivo". E la fascia di prezzo? "Tra gli 8 e i 15 euro". Un salto al Nord per ascoltare il punto di vista di **Andrea Terraneo**, titolare di enoteca a Cantù, in provincia di Como, e presidente di Vinarius, l'associazione delle enoteche italiane. "L'incremento dei vini rosati va collegato soprattutto alla spumantistica e al Pro-



Francesco TRIMANI



Andrea TERRANEO

Distributori divisi tra chi ci crede e chi ci spera

"Nella nostra esperienza, il rosato in Italia vive specialmente per sei mesi nella stagione estiva, durante la quale bianchi e bollicine fanno il pieno. C'è un consumo in aumento dovuto anche al cambio dell'alimentazione". Dal suo osservatorio specifico nel mondo della distribuzione all'Horeca, **Alessandro Rossi**, national category manager Wine di Partesa, illustra le principali tendenze del consumo di rosato, che resta "focalizzato su alcune regioni: Puglia, Garda con il Chiantello Bardolino, l'Abruzzo, il Cilento in Campania. Qui ci sono dei consumi importanti. Oppure subisce l'influenza del turismo". Qualcosa tra i produttori è cambiato: "C'è una presa di coscienza, siamo migliorati sotto il profilo tecnico, Sardegna e Sicilia vanno molto meglio. Sul piano del consumo Partesa registra un raddoppio del fatturato, a fare da traino sono sicuramen-

te gli sparkling, i rosati francesi trainano anche i vini fermi". Tra le cause c'è anche l'età della clientela: "I consumatori della vecchia generazione sono ancorati alla tradizione, mentre i più giovani sono curiosi e si avvicinano senza pregiudizio, con la voglia di sperimentare". Con riguardo al colore, anche in Italia, "una volta i nostri rosati erano dei rossi mascherati", ricorda il manager di Partesa, mentre oggi va molto il buccia di cipolla sullo stile provenzale. "Di sicuro - continua Rossi - il colore più scarico esercita un'influenza positiva e anche in Puglia si vedono ormai rosati più chiari, ma il Cerasuolo d'Abruzzo scarico, ad esempio, non ha senso". Allargando il discorso alle fasce di prezzo, Rossi specifica che "essendo un vino di facile approccio, viaggia ancora sotto i 10 euro di media in enoteca", mentre per sottolineare i punti di forza della cate-

goria, in particolare la grande versatilità negli abbinamenti, il manager di Partesa aggiunge un ricordo personale: "Da noi in Romagna i rossi tradizionali erano scarichi e venivano consumati in Riviera, serviti a 12 gradi, praticamente come dei rosati. Il Sangiovese è ottimo con il pesce azzurro, ecco perché il rosato può essere il grande rosso da pesce". Ovviamente per la definitiva affermazione serve un po' di spinta da parte degli operatori: "Noi facciamo molte manifestazioni: per esempio, la Vie en Rose in Puglia, una giornata dedicata agli esercenti Horeca. In ogni caso - conclude Rossi - io vedo un avvenire 'roseo' per la tipologia".

Crescita importante ma dimensioni ancora limitate anche per lo storico Gruppo Meregalli, oggi guidato dalla quinta generazione della famiglia. "I rosati crescono, nel nostro caso rispetto al 2019 si registra un aumento del 97%. I volumi però rappresentano solo l'1% sul totale, quindi l'incidenza sul fatturato è minima. Se invece analizziamo gli spumanti rosé il discorso cambia", questo il quadro tracciato in apertura da **Corrado Mapelli**, direttore generale del gruppo. "I vini rosati presentano una stagionalità evidente, per questo il cambio climatico può avere un'influenza positiva sui consumi", spiega ancora Mapelli che, sul piano del colore, aggiunge: "La crescita dei rosati è la risultante dell'impenzata della Costa Azzurra con la versione pétale de rose o buccia di cipolla. Oggi il colore più scarico aiuta". Nell'esperienza del Gruppo Meregalli il territorio è un indicatore che marca poco le vendite: "Di recente arrivano dei rosati estremamente interessanti dalla Sardegna, ma anche la Toscana presenta un'offerta molto più ampia e generalizzata rispetto al passato", racconta Mapelli, che sul prezzo chiarisce: "Nel retail il posizionamento è intorno ai 20 euro: sono prodotti non troppo impegnativi, sia come consumo sia come spesa. Quando si parla di rosati non siamo ancora nell'alta gamma, anche se il brand talvolta può influire". Per il momento l'investimento del gruppo sui rosati resta relativo: "Per noi è un prodotto complementare, pertanto non facciamo campagne specifiche: oggi è complicato dedicarsi a qualcosa che non garantisce profitto. Siamo ancora in una terra di mezzo: non abbiamo certezza del risultato a seguito del nostro eventuale consiglio", confessa Mapelli, che pure chiude con una nota di ottimismo: "Certo, se il trend continua, i rosati in futuro potrebbero diventare un elemento che migliora l'offerta e cambia le abitudini". ■

Intervista a **VIRGILIO ROMANO**
CS account director di **Circana**

Rosati in Gdo solo al 5%, il modello è ancora il Prosecco (rosé)

"Nel mondo della Grande distribuzione, il rosato resta una nicchia, abbastanza stabile nel tempo. L'unica novità è lo spostamento degli acquisti sul formato 0,75 cl". Così esordisce **Virgilio Romano**, CS account director di Circana, la società leader nelle ricerche di mercato, che poi prosegue: "Il rosato va meglio dei rossi, ma non c'è nulla che faccia pensare a un'esplosione. La speranza è che il battage sul Prosecco rosé possa dare una spinta anche al rosato fermo". L'andamento delle vendite - prendendo a riferimento il periodo maggio 2022 / aprile 2023 - appare regolare: "Siamo ai livelli del pre-Covid con gli stessi volumi e un prezzo medio di 4,40 euro per la bottiglia. Nel segmento dei fermi si osserva una presenza importante del formato bric; per la bottiglia da 0,75 cl il fatturato si aggira sui 55 milioni di euro, pari a circa il 5% del fatturato complessivo, stessa quota a volume: si parla di 10 milioni di litri, su 200 milioni in totale". Secondo Romano, la crisi dei rossi non aiuta i rosati: "Semmai c'è una crescita dei bianchi: chi si avvicina al vino comincia da questa tipologia. Certo, bianchi e rosati guadagnano quota nei mesi estivi, anche perché cambia la tipologia dei cibi che diventano più leggeri, mentre aumenta il consumo di pesce. I cambiamenti climatici, con l'allungamento delle stagioni calde, potrebbero aiutare nel lungo periodo". Ancora rilevante per i rosati la provenienza regionale, almeno per la Puglia "che è sempre abbastanza avanti", conferma Romano, che aggiunge: "Poi ci sono piccoli volumi spalmati sulle diverse regioni. Tuttavia in un mondo così piccolo le scelte sono guidate soprattutto dalla marca. Anche il Lambrusco sta andando bene e sta virando sulle versioni rosé. In generale, il consumo di rosati è più alto al Sud che Nord, specie se si parla di vini fermi".

In definitiva, secondo Romano, i rosati rappresentano solo il 5% del mondo del vino e quindi "serve ampliare l'assortimento e comunicarli di più". Nel frattempo, la Grande distribuzione cerca di cogliere gli spunti di crescita: "Quando è arrivato il Prosecco rosé - racconta Romano - la Gdo lo ha accolto volentieri, sono arrivati i volumi e quindi si sono ampliate le referenze. La stessa cosa potrebbe accadere con i vini fermi, a volte basta poco per far diventare qualcosa di moda. Il rosato ha le potenzialità, ma serve la scintilla per farlo crescere in modo consistente". (v.f.)





enoteche è in provincia di Lecce, a Porto Cesareo, borgo marittimo affacciato sullo Ionio. "Il consumo di rosati in Puglia è importante per via di una vocazione storica e di un profondo legame identitario. Il problema è fuori della Puglia: l'interesse c'è, ma è minimo. Sui rosati serve qualche parola in più: o sei appassionato oppure la categoria viene bistrattata, per questo ai turisti italiani devi raccontarlo". Parole chiare quelle di **Ilaria Donateo**, titolare dell'enoteca Sapori d'Arneo, che specifica: "Molti amici produttori mi dicono che le scorte di rosato pugliese si esauriscono presto visto che se ne trova tanto nella ristorazione e sulle tavole, da maggio a settembre la Puglia ne è piena. Su 10 vini acquistati qui, i turisti scelgono in media 2 rosati, 2 bianchi e 6 rossi". Ma la forte stagionalità può essere un problema, come chiarisce la Donateo: "I francesi consumano i rosati provenzali soprattutto a Natale, in abbinamento con le ostriche. Dovremmo imparare a fare lo stesso perché il rosato ha una grande versatilità nell'abbinamento, i più strutturati reggono anche grigliate di carne e zuppe, ma la maggior parte vanno bene dall'aperitivo sul mare alla tavola, dalla Parmigiana al pesce crudo". In una regione come la Puglia, tuttavia, la questione del colore è rilevante: "Il rosato salentino classico è molto carico. Oggi però prevale una 'via di mezzo' tra il colore scarico provenzale e quello più intenso della tradizione, mentre per chi vende all'estero prevale, seppur di poco, il colore più chiaro". In cima alle preferenze dei clienti si collocano ovviamente gli autoctoni: il Negroamaro (è il primo rosato del territorio), il Primitivo e il Summaniello, recentemente riscoperto. Resta cruciale l'impegno competente dell'enotecario: "Sì, noi raccontiamo il rosato e se siamo convincenti il cliente si fida", conclude. ■



Ilaria DONATEO

◆ sicche come Salento e Garda", racconta Terraneo. Quali fattori stanno modificando il consumo? "Probabilmente influisce l'arrivo dei più giovani, che hanno meno schemi mentali. Il consumo, poi, pian piano si sta destagionalizzando. In più, il cambiamento climatico chiede rossi più beverini, ma nel canale enoteca vai per comprare vini rossi di struttura: così è sempre più raro trovare in enoteca prodotti come la Schiava, il Bardolino o il Dolcetto. A quel punto, allora, vai sul rosato". Che ha anche un prezzo accessibile: "Da noi, tra i 10 e i 12 euro", dice Terraneo. Quanto al colore, spiega, "superato il momento dello stile provenzale, con il rischio di snaturare alcuni prodotti storici, il rosato è più legato alla tradizione, quindi fa fede il Cerasuolo d'Abruzzo. In ogni caso resta più facile vendere i territori del rosato classico". Certo, la richiesta è ancora modesta, non è la prima scelta, "oggi però il consumatore accetta il suggerimento, prima c'era diffidenza, e l'abbinamento rimane la chiave di lettura più efficace per sdoganare la proposta". L'ultima tappa in questa breve rassegna delle

classico è molto carico. Oggi però prevale una 'via di mezzo' tra il colore scarico provenzale e quello più intenso della tradizione, mentre per chi vende all'estero prevale, seppur di poco, il colore più chiaro". In cima alle preferenze dei clienti si collocano ovviamente gli autoctoni: il Negroamaro (è il primo rosato del territorio), il Primitivo e il Summaniello, recentemente riscoperto. Resta cruciale l'impegno competente dell'enotecario: "Sì, noi raccontiamo il rosato e se siamo convincenti il cliente si fida", conclude. ■



■ Ristorazione, a tavola il rosato cala l'asso della versatilità

Per capire qual è l'indice di gradimento del rosato al ristorante siamo partiti dalla Sicilia, costa ionica. "Il rosato ormai viene bevuto durante tutto il corso dell'anno e a tutto pasto. Nel tavolo da quattro persone dove magari si ordina sia carne sia pesce, spesso lo propongo proprio perché è un vino molto versatile". **Marco Cannizzaro** è chef e titolare di Km0, ristorante di Catania già vincitore di Quattro ristoranti di Alessandro Borghese, segnalato anche dalla guida Michelin. "Vanno di più i rosati più chiari, freschi e meno impegnativi. Io cerco di puntare sui vitigni autoctoni siciliani - specifica Cannizzaro - e in carta propongo cinque rosati dell'Etna, cinque del resto della Sicilia e uno dalla Provenza. Devo dire che oggi i rosati dell'Etna hanno la meglio, molto ben fatti e grande appeal". Nel ristorante il Marè di Acica-

stello nella Riviera dei Ciclopi, "il rosato non arriva neanche al 10% del consumo complessivo di vino ed è richiesto dai turisti francesi, inglesi e americani. Li tengo in carta, in totale cinque etichette di fermi e tre di bollicine, soprattutto per loro", racconta il titolare **Giovanni Belvisi**. "Gli ospiti stranieri si affidano a me e io li oriento sugli autoctoni siciliani, dal Nerello Mascalese, dalla grande acidità, al Nero d'Avola, più fruttato e profumato. Il colore più ricercato? Il rosa cipria". In ogni caso, continua Belvisi, "rispetto agli altri anni c'è un crescendo, ma servirà tempo per eguagliare i rossi e i bianchi. Il prezzo medio è 20-25 euro: non ho grandi richieste quindi non posso alzare più di tanto. Le bollicine rosé ovviamente sono un'altra storia". Il discorso cambia totalmente quando si passa in Puglia. "Nel Salento, la tendenza al consumo di vino rosato è storica, siamo stati tra i primi al mondo a valorizzare l'uso generalizzato del rosato, dalla pizza all'aperitivo. Per noi è un mercato che va meglio dei bianchi. Il 40% dei vini che vendiamo e offriamo è fatto di rosati", a parlare è **Giovanni Grandioso**, titolare e amministratore del colosso alberghiero Le Dune di Porto Cesareo che può contare su una vasta clientela grazie a un'offerta mista basata sul Ristorante Aqua, sul bistrot e sulla parte bar per gli aperitivi. "Negli ultimi due anni - continua - c'è stato un boom dei rosati, anche grazie alle bollicine. Il nostro però è un mercato particolare: molto limitato quello del rosso perché siamo sul mare, mentre il rosato si afferma a scapito dei bianchi". L'offerta è segnata dagli autoctoni: "Sui rosati sono patriottico - assicura Grandioso - il 95% delle nostre etichette è made in Puglia, poi nell'ambito di questo mercato locale si va alla ricerca dei rosati di nicchia, puntando sul biodinamico e l'artigianale". E il turista? "Vuole assaggiare tutti i tipi di rosati, da quello rosa cipria a quello che fa passaggio in barrique, e noi ci divertiamo a farli giocare con tutte le espressioni a disposizione". Infine, un suggerimento per l'abbinamento: "Oltre l'aperitivo e il pesce, quello del calice di rosato sulla pizza, a scapito della birra, è un'ottima soluzione di mercato" conclude Grandioso.

Intervista a **LUCA PIZZIGHELLA**
fondatore e general manager

Signorvino punta sul "mese dei rosati"



"Nella nostra vendita i rosati incidono ancora poco, solo il 3%, ma gli incrementi sono molto buoni, con un +55% di volumi rispetto all'anno scorso e +31% in termini di valore. Crescono molto le bollicine, il Prosecco rosé che ha registrato un +44%, ma anche i fermi vanno bene" racconta **Luca Pizzighella**, fondatore e general manager di Signorvino, la catena di enoteche e ristoranti che da Verona si sta via via diffondendo in tutta Italia. "Nei nostri negozi dedichiamo ai rosati un intero mese, quello di maggio, d'altronde la primavera è il momento ideale per spingerli", spiega. "C'è una tendenza alla crescita dei vini più leggeri, più eleganti, meno corposi, a partire dal Pinot nero, che potrebbe influenzare la tipologia. Ma quella dei rosati non è una categoria inferiore, non sono dei rossi scarichi, vanno avvicinati senza fare paragoni", precisa ancora Pizzighella. Anche nell'esperienza di Signorvino la stagionalità incide: i consumi di rosato aumentano con gli aperitivi all'aperto, dalla primavera all'autunno: "In Italia abbiamo tante differenze e non c'è standardizzazione. Garda e Puglia si vendono facilmente, vanno bene anche Sicilia e Lazio, poi ci sono dei veri e propri brand che hanno vita autonoma". Nei negozi di Signorvino il rosato fermo si attesta tra i 10 e i 20 euro, con un prezzo medio di 15-16 euro: "La nostra strategia è nota - spiega Pizzighella - siamo nei luoghi molto visibili e frequentati delle città per rendere il vino protagonista anche verso chi si avvicina per la prima volta. La nostra missione è introdurre le persone al percorso di conoscenza del vino, pertanto dobbiamo proporre anche cose diverse, come il rosato appunto, anche attraverso i vini dei piccoli produttori". Da qui l'adozione di specifiche strategie, dall'allestimento delle vetrine alla creazione di una categoria ad hoc sullo scaffale. In più, "svolgiamo un'attività di assaggio delle etichette e proponiamo il rosato in omaggio ogni tre bottiglie acquistate: in questo modo i clienti hanno l'opportunità di apprezzare un prodotto diverso, che magari non avrebbero scelto in prima battuta". L'altra leva fondamentale è l'abbinamento: "Nel nostro menu ogni piatto è abbinato a un calice di vino. Cerchiamo di dare un consiglio ma senza rigidità. Ci sono delle regole nell'abbinamento ma non sono così automatiche. La nostra mission si basa sulla curiosità e sull'esplorazione. E i rosati - conclude Pizzighella - ti permettono di giocare con i primi e gli aperitivi grazie a una grande versatilità". (v.f.)

Ci spostiamo in Veneto, altra area a vocazione rosa. "Il Bardolino nella versione Chiaretto è il più apprezzato dagli ospiti internazionali, me in generale è scelto dai consumatori over 45. L'andamento è abbastanza stabile, seppur in leggera crescita". Questa la testimonianza di **Mattia Bianchi**, chef stellato del Ristorante Amistà, sito nel Byblos Art Hotel Villa Amistà di

Uniti ai nostri Clienti dalla stessa passione.

Scopri la raccolta celebrativa dei vini premiati dalle migliori guide enogastronomiche e sigillati Mureddu Sugheri.

Sfoggia la versione digitale.

Qualità, tradizione e prestigio.

Mureddu Sugheri è specializzata nella produzione di tappi in sughero di alta qualità per l'enologia. Dal 1938 perfeziona con costanza l'affidabilità dei propri prodotti. Scegliere il tappo di sughero è un modo autentico e sostenibile per trasmettere i valori dei vostri grandi vini. **Visita il sito mureddusugheri.com e scopri tutte le nostre chiusure in sughero naturale.**

18 CONTROLLI DI QUALITÀ

MADE IN ITALY

Via Santa Maria 7/9 - 20014 Nerviano (MI) - Italia
mureddusugheri.com - Tel. + 39 (0331) 585447

WhatsApp Customer Care
+39 331 6818876

MUREDDU SUGHERI



Marco CANNIZZARO



Giovanni BELVISI



Giovanni GRANDIOSO



Francesco COTZA



Mattia BIANCHI

Corrubio, all'inizio della Valpolicella Classica. "Su 650 etichette in totale - spiega Bianchi - abbiamo una ventina di referenze: dieci fermi, sei bollicine e quattro provenienti dal resto del mondo. I rosati fermi vanno bene soprattutto d'estate, ovviamente, ma per noi anche le bollicine sono molto importanti". L'ultima tappa di questo tour è il Laqua Vineyard a Casanova di Terricciola, in provincia di Pisa, uno dei ristoranti di Antonino Cannavacciuolo. Qui il restaurant manager **Francesco Cotza** ha deciso di scommettere anche sui vini rosa. "Sul rosato ho fatto un azzardo, non lo vedo all'italiana ma con uno sguardo internazionale. La nostra mentalità mediterranea deve ancora fare qualche passo in avanti - precisa Cotza -, ma cresce la curiosità e sono molto ottimista. Anche perché tutti i nostri ospiti voglio scoprire il

territorio e da noi trovano una filosofia di 'basso chilometraggio', dalle fragole di Casciano Terme alle lumache di Arcenini. Allo stesso modo, anche per i rosati molti clienti hanno la buona abitudine di chiedere quelli locali". C'è anche una strategia per favorire l'attenzio-

ne su questi vini? "Sì - risponde Cotza - vanno messi in vetrina, dobbiamo studiare per mettere quel calice accanto a una pientanza. Il rosato non va mai in apertura, ma a metà del percorso, magari con un primo importante. Le abitudini cambiano in rapporto a quello che noi

proponiamo. Prima, mettiamo i rosati in carta, poi facciamo la degustazione attraverso cui l'ospite non sceglie ma si mette nelle nostre mani. Così l'abbinamento tecnico giusto rende l'ospite più curioso. Insomma, noi abbiamo la fortuna e il dovere di cambiare il trend". ■



Il mondo del catering

FABIO CAMPOLI: "ORA TOCCA AI CONSUMATORI FARE UN PASSO IN AVANTI"

"Negli ultimi 10-15 anni il vento è cambiato: il valore dei rosati è cresciuto. Prima è migliorata la qualità media dei prodotti, poi è migliorata la preparazione di chi lo vende. Adesso tocca ai consumatori fare un passo in avanti. Ancora oggi infatti resiste l'idea che il rosato sia una sorta di compromesso". È l'opinione di **Fabio Campoli** (nella foto qui a sinistra), molto più che un cuoco. "Oltre la cucina" è lo slogan della sua impresa di servizi al mondo enogastronomico che spazia dal catering alla consulenza e arriva ai programmi televisivi. "Il rosso resta una bevuta importante legata a un uso limitato mentre i rosati hanno una maggiore fruibilità e leggerezza

e possono accompagnare l'intero pasto", assicura Campoli, che poi aggiunge: "Molti sono affezionati a un territorio che magari hanno conosciuto in vacanza. In questi casi la spinta è l'affidabilità, ma serve dare spazio a cose nuove". In ogni caso per Campoli la tipologia ha bisogno ancora di sostegno: "Il compito di promuovere il rosato spetta a noi che lo vendiamo. Al momento noi proponiamo un 20% di bollicine rosate, che rappresentano il 70% della tipologia nel nostro caso, contro il restante 30% per i vini fermi. Lavoriamo sugli abbinamenti con il pesce ma stanno molto bene anche con i salumi. In più la nostra parte editoriale ci aiuta a costruire una storia dedicata ai rosati".

■ E-commerce, il rosato cresce in autorevolezza attraverso bollicine e informazione



Alessandro PAZIENZA

Tra gli operatori più interessanti sul mercato ci sono certamente le enoteche online che, grazie anche alla pandemia, hanno raddoppiato le loro performance di vendita. "Lo dico da pugliese: il fenomeno dei rosati negli ultimi 10-15 anni ha superato la "dogana" del consumo tipicamente regionale (Puglia, Abruzzo, Calabria). I territori classici però possono contare sul loro consumo interno al quale aggiungono clienti, mentre per altri territori come il Piemonte vale il contrario". A parlare è **Alessandro Pazienza**, ceo di Xtrawine, che ammette: "Storicamente il consumo di rosé parte dall'alto, dalle bollicine francesi. Nella nostra esperienza di vendita, gli spumanti fanno il boom. Gli Champagne arrivano ora al 15% del totale dei vini con 1.400 referenze e solo 300 Proseccchi". Insomma, per Xtrawine la maggior parte delle vendite si concentra sugli sparkling e solo a seguire arrivano i vini fermi. "Nel 2022 - continua Pazienza - siamo passati da 15mila a 30 mila bottiglie di rosati vendute. In termini percentuali abbiamo raddoppiato (+100%), ma su un milione di bottiglie trattate questo significa solo il 3%. Il dato del triennio 2021-22-23, tra l'altro, è stabile". Tra le tipologie di rosato più richieste online, Pazienza conferma la primizia dello Champagne rosé: "Noi acquistiamo anche da piccole maison francesi, mentre in Italia c'è molto consumo di Franciacorta. Anche l'Etna è un fenomeno nel fenomeno, con ottimi prodotti nelle bollicine rosate da Nerello Mascalese. Buona anche la performance del Lambrusco. L'altro fenomeno di cui ci facciamo ambasciatori in Italia sono i crémant francesi, destinati a crescere". C'è da chiedersi poi se la crisi dei rossi può lasciare nuovo spazio ai vini rosa. La risposta di Pazienza è "Nì". "Ora vince la bollicina a tutto pasto e i rosé si inseriscono in questo nuovo modo di concepire il consumo di vino - chiarisce Pazienza -. Negli anni 90 c'erano i vinoni grassi, pieni e strutturati, ora ci spostiamo verso vini più sottili, nei quali piacevolezza e acidità la fanno da padrone. I rosati stanno in questo cambiamento". Con riguardo al colore, c'è un ritorno alla tradizione. "Il fenomeno dei provenzali comporta il rischio della omologazione. Così molti produttori ritornano alle origini: basti pensare al Cerasuolo d'Abruzzo o ai rosati di Calabria", aggiunge Pazienza che, stimolato sulle possibilità che hanno gli e-commerce per spingere i consumi di rosati, specifica: "L'online è uno strumento democratico. La scelta dipende dalla mia capacità di trasferire le informazioni dettagliate ed esaustive. Io ti devo mettere nella condizione di



Fabio FLORIS

scegliere il prodotto più adatto alle tue esigenze. In ogni caso vista la percentuale che fa il nostro canale (3%) non c'è bisogno di spingere: sono soprattutto bolle, i clienti sanno cosa sono e cosa li aspetta. L'importante è l'affidabilità". Altra importante realtà dell'e-commerce è quella rappresentata da vino.com. **Fabio Floris**, senior buyer dell'azienda, è ottimista sul futuro dei vini rosa. "La produzione italiana di rosati sta crescendo costantemente, pur mantenendo quote di mercato limitate rispetto ad altre categorie vinicole. Questa crescita è alimentata dalla varietà di selezione. Il recente trionfo della Puglia al Concours Mondial de Bruxelles 2023, con 69 vini premiati, 14 dei quali d'oro e 13 d'argento nella categoria rosati, testimonia l'affermazione del nostro Paese in questo settore", assicura. Secondo Floris, la Provenza rimane leader nel mercato internazionale, ma l'Italia, soprattutto dal 2000 in poi, ha sviluppato una propria identità. "Denominazioni come Bardolino Chiaretto, Cerasuolo d'Abruzzo, Etna rosato e Salento rosato - spiega - stanno guidando il mercato dei rosati fermi. Generalmente, i consumatori scoprono la categoria dei vini rosa attraverso le bollicine e poi esplorano ulteriormente la gamma". Negli anni, comunque, l'approccio del consumatore si è evoluto: "Il rosato non è più percepito come un blend di rosso e bianco - dice Floris - ma come un prodotto di qualità con caratteristiche uniche. Questo cambiamento è dovuto al lavoro

delle cantine che hanno mostrato ai consumatori le peculiarità di questo vino. Inoltre, il vino rosato sta superando lo stereotipo: non solo un vino femminile, ma sempre più apprezzato dal pubblico maschile".

In sintesi, l'incidenza dei rosati sul totale degli acquisti online è ancora contenuta, ma il comparto cresce. "Al di là della Francia, che è la patria del rosé, - specifica Floris - la Germania è un buon consumatore di questa tipologia, anche delle etichette italiane. In Italia resiste una marcata distinzione tra le preferenze di consumo di vino da destinare alla propria tavola e quelle relative al consumo nell'Horeca, dove la quota di rosé è sicuramente maggiore". Ma quale tonalità di rosato funziona meglio nella vendita online e in che fascia di prezzo? "Il rosa provenzale guida il mercato - conferma Floris - ma l'intensità del colore dei vini rosati italiani rappresenta un elemento distintivo e i consumatori scelgono sempre più spesso queste denominazioni proprio per le loro caratteristiche. Le vendite si posizionano sulla fascia tra i 9 e i 15 euro", dice Floris, che chiarisce: "Il rosato non è vino longevo, va comprato e bevuto subito, quindi non acquista valore con il tempo. Inoltre, a livello mass market il consumatore di rosato è cauto, lo vede come un vino ancora poco importante e si fa attrarre dalla fascia di prezzo. La produzione però ci regala anche dei rosati pregiati, acquistati da clienti più esperti". Ultimo ma non ultimo, resta da valutare se i rosati possono ancora crescere grazie a specifiche strategie di vendita: "Il nostro impegno è duplice:

condividere le informazioni con i più esperti e accompagnare chi si avvicina per la prima volta. Un'attività che dedichiamo anche ai rosati. Il nostro blog dedica articoli ad hoc, mentre il mercoledì celebriamo il Rosé Day sui nostri social, un appuntamento rivolto alla nostra community per far conoscere, scoprire e apprezzare il mondo del rosé". ■



Vittorio Ferla



Negli stabilimenti balneari, il rosato arriva a superare, in certi casi, il 40% del totale venduto nel vino. Spazio alle etichette del territorio, ma i grandi nomi francesi affascinano il consumatore italiano così come il turista straniero. La clientela è trasversale e l'orario di riferimento quello diurno, per un vino "instagrammabile"

LA SPIAGGIA È (DAVVERO) IL REGNO DEI ROSÉ

di ANDREA GUOLO

Il rosé continua ad avere un peso marginale nei conti delle aziende del vino e in tutti i canali di distribuzione, tranne uno. Gli stabilimenti balneari o beach club, come si vogliono chiamare, costituiscono infatti l'eccezione, in particolare nelle regioni più legate alla tradizione del rosato, ma non solo in quelle. La sua quota è aumenta-

ta nel corso degli anni, tanto che adesso, in certi casi, si arriva a quattro bottiglie su dieci, tra quelle vendute nel corso della stagione, di vini rosa. A trainare i consumi è l'appeal del rosato, che va oltre le caratteristiche intrinseche e qualitative del prodotto, per arrivare - per quanto ciò possa sorprendere i "puristi" del vino - alla sua cosiddetta "instagrammabilità". È un vino

fotogenico, che si presta particolarmente alla comunicazione nei social network grazie al suo colore, che si abbina al contrasto con l'oro della sabbia e con l'azzurro dell'acqua marina. Risalta come immagine, più del bianco, ed è fresco, adatto al contesto in cui viene degustato, più del rosso. Insomma, è il vino dell'estate, è la bottiglia che può essere aperta anche sotto il sole perché

il suo contenuto è leggero, delicato, adatto per un brindisi durante o prima dell'aperitivo. Ed è una bella fonte di incasso per i gestori, che lo fanno uscire a un prezzo particolarmente remunerativo e proprio per questo, quando dai tavoli del ristorante o direttamente dall'ombrellone i clienti ordinano una bottiglia di rosato, il cassiere è contento.



La Provenza al Forte

In Versilia il turismo è di alto livello e alto spendente, di conseguenza il trend di consumi "rosa" è orientato verso l'alta qualità internazionale, che si tratti di bollicine o di rosato fermo. I best seller di Justme, lo stabilimento balneare di Marina di Pietrasanta di proprietà di Roberto Cavalli, che da quest'anno viene gestito da Bommarè (brand di ristorazione presente anche a Napoli e Milano), sono due francesi e un italiano. Si tratta di Whispering Angel di Château d'Esclans e di La Vie en Rose di Château Roubine, mentre la referenza italiana è il Vetere Paestum Igp di San Salvatore. "Tra queste etichette, le vendite sono abbastanza equilibrate, anche se la fama gioca nettamente a favore del primo", ci racconta il direttore **Simone Anastasio**. Chi ordina il rosato? "Si pensa che sia un vino desiderato dal pubblico femminile, invece il consumo è trasversale per genere e per età. È leggero, spensierato, e lascia sempre un sorriso a chi lo sceglie. Parte dal pranzo e arriva fino all'aperitivo, mentre per la cena in genere la clientela punta su categorie più strutturate e importanti. Il rosé è un vino da bere sotto il sole". La quota? Da Justme vale un 30% delle vendite totali, e la stagione è iniziata molto bene... "Durante il ponte del 2 giugno, da un tavolo è arrivato un ordine, a pranzo, di una Salmanazar di Whispering Angel", rivela Anastasio.

La Sardegna lo propone agli stranieri

Dalla Versilia alla Sardegna, la differenza più evidente è la tendenza al consumo locale nei beach club della Costa Smeralda. Questo almeno avviene al White Beach di Liscia Ruja il cui proprietario, **Giovanni Piccinu**, racconta: "Abbiamo in carta anche qualche rosato francese, per accontentare la clientela internazionale, ma perfino i turisti francesi, quando vengono da noi, vogliono provare i vini sardi". La scelta è ampia e comprende rosati di tutta l'isola, dalla Gallura al Sulcis: "I nostri produttori stanno proponendo ottimi rosé, di stile provenzale, partendo dalle nostre uve tipiche e in particolare dal Cannonau. E questi vini si vendono benissimo, soprattutto a pranzo e sotto l'ombrellone, mentre per l'aperitivo le preferenze sono più orientate verso il Prosecco e le bollicine in generale. Complessivamente, con i rosé, siamo sul 40% del consumo totale". Chi lo beve?

"Un po' tutti, forse piace particolarmente alle donne ma il rosé è un fenomeno generale. È il vino dell'estate. Ad agosto, da noi, arrivano clienti provenienti da Saint Tropez, dove hanno bevuto rosé provenzale, e qui scoprono il rosato della Sardegna. Il caldo aiuta, perché è un vino leggero e preferibile a un Vermentino che, in certi casi, può arrivare a 15 gradi alcolici".





In Salento è rosé-mania

In Puglia non poteva andare diversamente. Il consumo di vino rosa fa parte dell'esperienza salentina, e le percentuali volano. "Se consideriamo solo il consumo in spiaggia, arriviamo fino al 60%", sostiene **Giuseppe Mitrangolo**, direttore del Lido Posto 9 di Campomarino (Taranto), precisando: "La quota scende al 40% considerando il consumo complessivo dove si deve tener conto degli eventi e dei matrimoni, perché in quelle situazioni conquistano spazio le bollicine e i bianchi. Diciamo che nella scorsa stagione estiva avremo venduto 10mila bottiglie in tutto, e 4mila erano di rosato". I momenti chiave per i consumi di rosato nella costa salentina? "L'aperitivo, il pranzo, gli eventi in spiaggia. È un vino adatto a tutte le occasioni, e si abbina perfettamente a pranzi leggeri a base di pesce, soprattutto con le insalate di mare e con gli antipasti caldi e freddi", precisa Mitrangolo. L'età media? "Da noi sono gli over 30. I più giovani, invece, tendono a degustare bollicine o a scegliere gin tonic e altri long drink". Prospettive? "Secondo me continuerà a crescere, almeno d'estate, perché sempre più cantine lo stanno proponendo e lo spingono nel nostro canale, che è quello dove il rosato funziona di più. Inoltre, per la Puglia, è un prodotto di forte appartenenza territoriale".



Rosati e spiedini di frutta a Riccione

La situazione è totalmente diversa, rispetto al Triveneto, in una delle capitali italiane delle vacanze.

Siamo a Riccione, spiaggia Le Palme, gestita da Leardini Group, leader nell'ospitalità con sette hotel e tante altre location, oltre alla gestione di ristoranti e servizi catering. **Michel Martinelli** è il bar manager della struttura situata ai Bagni 88-89 e ci dice:

"Il trend dei rosati al mare è un must e non passa mai. Ed è naturale che sia così perché parliamo di vini giovani, dalla gradazione alcolica non eccessiva, che risultano freschi e vellutati. Cerchiamo di proporlo sempre, nella versione ferma o come bollicina. Quest'ultima va tantissimo". I partner scelti dalla struttura sono Contadi Castaldi per il metodo classico rosé e Sorè di Famiglia Cotarella per il rosato fermo. "Questi vini hanno la colorazione giusta, invitante, vincente già a colpo d'occhio. Non eccessivamente profumati, voluttuosi, freschi. Caratteristiche che risultano determinanti per la vendibilità, considerando il caldo e la location in riva al mare", precisa. Le etichette proposte ai Bagni 88-89 sono tutte nazionali, la clientela di riferimento va dai 20 ai 60 anni, la fascia oraria ideale è quella dell'aperitivo dove prevale l'abbinamento con gli spiedini di frutta, e poi negli eventi con le tartare e i carpacci. "Per noi è un buon 35-40%, trend stabile perché la clientela è fidelizzata". A Cervia, troviamo uno degli stabilimenti più noti della Riviera romagnola: si tratta di Fantini Beach, popolare tra gli appassionati di sport perché il suo proprietario, **Claudio Fantini**, ha portato in Italia il beach volley e organizza qui la più grande edizione europea di Ironman. Evidentemente, vino e sport non sono in contrasto, a partire dai rosati che, ci racconta Fantini, "sono la categoria di prodotto più interessante, in particolare la bollicina rosa, ma anche la versione ferma ben presente nella carta del nostro ristorante Calamare, dove ne abbiamo diversi e più o meno prestigiosi". È una categoria da spingere o che procede da sola? "In tutta sincerità, dipende dall'azienda fornitrice. Se ci sostiene con una promozione mirata, io lo spingo, ma al momento non ho particolari richieste da parte delle mie cantine", replica.



A Nordest domina il Prosecco

Se parliamo di rosato fermo, a Nordest c'è poco mercato perché nella fascia costiera del Veneto e del Friuli dominano le bollicine, che possono anche essere rosa come nel caso del Prosecco rosé. Ed è naturale che sia così, perché questa è la terra del Prosecco e la cultura del territorio, sposata in pieno anche dal turismo di lingua tedesca, si basa sulla bolla. Bibione è una località-ponte tra le due regioni, ancora in territorio veneto ma protesa verso Lignano che è già friulana. Con 5,3 milioni di presenze stagionali, quella di Bibione è la

seconda spiaggia dell'Adriatico (dopo Cavallino e prima di Rimini) e qui troviamo Chiosco Blu, beach bar & restaurant che si distingue per aver puntato sulla stagione lunga e tiene aperto nove mesi l'anno, con l'intenzione di estendere ulteriormente la stagionalità. I rosé più venduti sono due proseccchi: Borgo Molino Motivo (extra dry) e Tenuta Luisa Rosé millesimato (brut), quest'ultimo proposto in formato magnum. "Il rosato fermo non me lo chiede nessuno. Diversamente lo terrei volentieri in carta", ci racconta il proprietario, **Dino Di Leonardo**. Le occasioni di consumo? Tanta bolla rosa per l'aperitivo, qualche abbinamento ai piatti durante gli eventi pubblici e privati (lauree, matrimoni, feste di compleanno) organizzati in spiaggia. E diverse serate a tema nel chiringuito in riva al mare.



Previsioni confermate dunque, un vino che da sempre è considerato "estivo" (ed è proprio sul modificare questo aspetto che tanti produttori stanno lavorando) è ovvio che sia venduto in proporzioni importanti lì dove la stagione calda viene vissuta più intensamente. Quello che, forse, dovrebbe stupire sono però i numeri assoluti, sia per volumi che per valori. Insomma il rosato in spiaggia, e nei ristoranti degli stabilimenti che ogni anno ospitano milioni di avventori, si vende tanto e bene. Considerando la propensione turistica del nostro Paese non è un canale da lasciarsi scappare dunque...



CI PRENDIAMO CURA DEL TUO PRODOTTO

Enoveneta, grazie ad uno **staff tecnico altamente specializzato** e ad un **know-how di oltre 60 anni** nel settore, è in grado di affiancare il cliente già nella fase di analisi della soluzione migliore. Per questo Enoveneta è il **partner tecnologico di riferimento** per quanto riguarda la vinificazione.

Scopri di più su
www.enoveneta.it

EV ENOVENETA

1962 - 2022
60



Da 50 anni costruiamo impianti tecnologici per realizzare la Tua visione del vino



Gestione Spumantizzazione in Autoclave

Sordato progetta, realizza e installa soluzioni per l'enologia automatizzata, sostenibile e performante.



Raccolta uva in cassette/bins



Ricevimento uva e mosto



Fermentazione in bianco



Fermentazione in rosso



Spumantizzazione e rifermentazione



Stoccaggio e affinamento



Imbottigliamento



Wine shop



Risparmio energetico



Automazione



Macchine e impianti

Per maggiori informazioni:
info@sordato.it

DA UNA ORIGINALE ANALISI DELLE ETICHETTE
NEI MAGGIORI PORTALI E-COMMERCE EUROPEI



ONLINE IL ROSA È SBIADITO

di ANGELO PERETTI

Il terzo colore del vino stenta a trovare la giusta collocazione nel commercio elettronico. Pochi gli elementi del tutto positivi, con qualche eccezione in Portogallo e Spagna, in un contesto generale davvero difficile. Per l'Italia, ancor prima della presenza e dei quantitativi, si presenta il problema del valore

ITALIA

Le esperienze di Portugalvineyards e Meilleur Vin Provence (vedi sopra) potrebbero fare scuola per il lancio on line dei territori rosatisti italiani, ma col rosa che da noi fatica a sollevare le quote di mercato, è un sogno irrealizzabile. In Italia occorre dunque cercare i rosé sui portali generalisti del vino. È quanto abbiamo fatto navigando su **Vino.com**, **Tannico**, **Callmewine** e **Xtrawine**. Il primo impatto sembra sconcertante. Tannico non ha i rosati nel menu principale: sono in un sottomenu della sezione "altro", che include anche birra, bitter e vermouth. Su Callmewine sono tra gli "altri vini", come i frizzanti, i dolci e i liquorosi. L'impressione che pare derivarne è che i vini rosa non possiedano grande attrattività. Tuttavia, sui quattro siti ci si trova di fronte mediamente a 2-300 etichette di rosati fermi: è una quantità di rilievo, anche se il rosé pesa solo quanto l'8-10% dei bianchi e il 5-7% dei rossi. Puglia e Toscana si contendono il podio per numerosità con i loro Igt, seguite da Abruzzo (soprattutto con il Cerasuolo) e Sicilia; più staccato il Veneto, che primeggia tuttavia su Xtrawine, spinto da 15 etichette di Chiaretto di Bardolino. Sui quattro portali italiani i rosé francesi fermi annoverano da 30 a 50 referenze, ma a prezzi è proprio la Francia a posizionarsi più in alto, con il Garrus a 155 euro su Tannico, mentre il rosa italiano più costoso del portale è il Cerasuolo d'Abruzzo Piè delle Vigne di Cataldi Madonna a 33,50. Château d'Esclans è primo a prezzo anche su Vino.com con il Rock Angel (43,50 euro), che stacca l'Etna Rosato di Murusiccu (30 euro). Anche su Callmewine domina un provenzale, Château Galoupet, a 60 euro, contro i 39 dell'italiano primo a valore, il Rosato di Toscana di Massa Vecchia. L'Italia rosa ha da lavorare parecchio per affermarsi tra i super premium.



La marginalità cui sono relegati i vini rosa in Italia trova una plastica conferma nella carenza di dati che li riguardano. Siamo lontani dal disporre di un osservatorio come quello del Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence e l'analisi attuata dal Corriere Vinicolo nel giugno 2021 (vedi CV n° 22/2021) e in questo numero, alle pagg. 7-11, resta tra i rari sprazzi di luce in uno scenario opaco. Per intuire le tendenze, occorre affidarsi a considerazioni empiriche, come l'esplorazione dell'e-commerce. È vero che il segmento ha tirato il freno (l'analisi diffusa in gennaio dall'Osservatorio UIV-Ismea su base Ismea-Nielsen IQ spiega che nel 2022 in Italia le vendite on line sono scese del 15%), ma l'attitudine all'acquisto via internet resta su livelli decisamente maggiori rispetto al pre-Covid, soprattutto da parte dei consumatori più curiosi, come lo sono quelli interessati al vino rosa. È per questo che sabato 27 maggio 2023 (nel momento clou per l'assortimento) abbiamo sondato la presenza dei vini rosa su una ventina di wine shop on line italiani ed europei. Lo scenario che se ne trae è in chiaroscuro ovunque. In genere, il rosa ha una presenza sbiadita rispetto al bianco e al rosso e quasi mai ha un peso superiore al 10% delle altre categorie. Con l'aggravante, per l'Italia, che il rosa a denominazione di origine segna il passo rispetto all'Igt, a significare che spesso la marca prevale sul territorio, cosa che non accade in Francia e in Spagna, primi due produttori in rosa. Si nota poi la carenza di premiumizzazione del rosato italiano, al palo rispetto a francesi e spagnoli. Oltretutto, quasi sempre il rosé italiano più costoso sui canali e-commerce è ancora una volta Igt. Qualche luce c'è. Brilla il caso di Portugalvineyards, portale di soli vini portoghesi che propone ben 439 rosati (di cui due in lattina), con prezzi fra i 3 euro di un Beiras e i 72 di due etichette della Doc Bairrada. A dominare sono i rosado a denominazione, capeggiati dal Douro con 109 referenze, dall'Alentejo a 94 e dal Vinho Verde a 60. Qualcosa di simile accade sul sito francese Meilleur Vin Provence, con sede a Brignoles. In questo caso, i vini sono tutti di Provenza e i rosé sono pressoché pari ai rossi: 121 a 120, con prezzi che vanno dai 6,70 euro di un Coteaux Varois en Provence ai 115 del Côtes de Provence Garrus di Château d'Esclans. Non sorprenda la parità tra rosso e rosa nella zona che ha dettato lo stile del rosé: molti vigneron provenzali sono orgogliosi della loro tradizione nei vini rossi da lungo invecchiamento.

FRANCIA

L'e-commerce francese ha avuto una dinamica simile a quella italiana. Peraltro, secondo il Baromètre Sowine/Dynata 2023, il segmento che in Francia acquista di più il vino on line è quello sotto ai 35 anni: il 52% degli appartenenti a questa fascia d'età usa il canale elettronico, contro una media del 38%. Potenzialmente, è il target ideale per i vini rosa, ma chi si aspetta di trovare in Francia una riscossa on line del rosé rispetto ai rossi e ai bianchi resta deluso. La situazione più florida è quella di **Vinatiss**, con sede in Alta Savoia. Il portale sfoggia 331 rosé fermi (di cui 16 in bag in box): 324 sono francesi (prima è la Provenza con 184 referenze, seguita dalla Languedoc a 85), mentre uno solo è italiano, un Salento Primitivo; la pattuglia rosa è pari al 24% dei bianchi e al 13% dei rossi, con prezzi tra i 4,92 euro di un La Mancha spagnolo e i 203,16 del Clos du Temple di Gérard Bertrand, in Linguadoca. Anche l'e-commerce della catena **Nicolas** è ben assortito: 64 rosé contro 221 bianchi e 457 rossi (unico italiano il Prosecco Rosé di Bottega, a 10 euro). Altrove la situazione è meno brillante. **Millesima**, che ha base a Bordeaux, propone 102 rosé, pari al 5% dei bianchi e al 2% dei rossi (un solo italiano, il rosato siciliano di Donnafugata firmato Dolce & Gabbana a 28,50 euro, ma il rosé più caro è Garrus a 99,17); l'e-commerce bolognese **Wineandco** ha 37 rosé (contro 971 bianchi e 3982 rossi); **Millesimes**, con sede a Maussane-les-Alpilles, nei pressi della Provenza, ne conta 47, inclusi però gli Champagne Rosé. Poca cosa.



SPAGNA

Quasi quasi, la situazione è più favorevole in Spagna. Il portale catalano **Vinissimus** (in Italia è operativo come Italvinus), dispone di 248 rosati con spedizione immediata, contro 1269 bianchi e 2477 rossi: la Spagna è in testa per numero di referenze (189, con le regioni vinicole della Rioja e del Penedès a 23 etichette), seguita a lunga distanza dall'Italia (29) e dalla Francia (23). I prezzi vanno dai 4,17 euro di un rosado catalano ai 69,05 del Ribera del Duero rosato della Bodega Antidoto; l'italiano più costoso è l'Etna Rosato della Tenuta delle Terre Nere a 24,50 euro, il più economico un Igt salentino a 5,50. Lo shop madrilenno **Bodeboca** ha 121 rosati (90 spagnoli, 21 francesi, 6 italiani) contro 1909 bianchi e 4033 rossi: il prezzo più basso è di un rosato della Navarra, venduto a 6,50 euro, il più caro il Clos du Temple a 190.

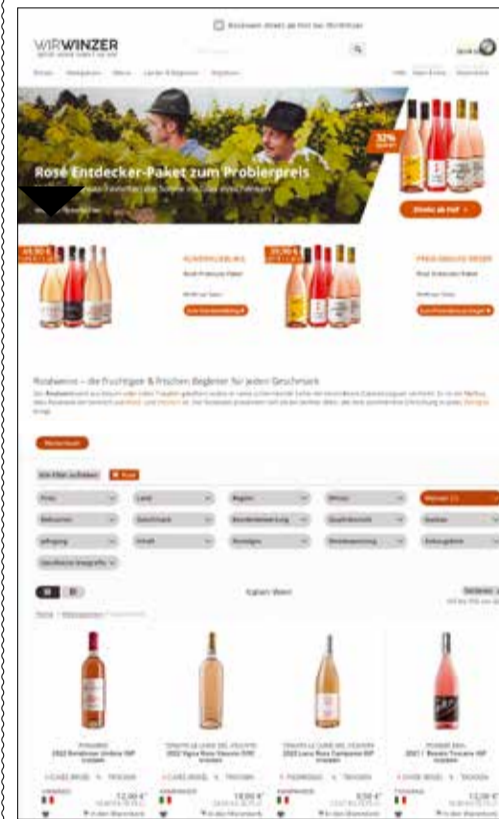
SPUNTI

Si noterà che nel Regno Unito i più grossi operatori tradizionali sono anche i più solleciti attori dell'on line, mentre in Italia sono gli operatori dell'e-commerce a essere diventati i distributori di maggior dimensione, e come tali non disdegnano di avere un folto portafoglio di vini rosa, ancorché con peso molto più basso dei bianchi e dei rossi. L'on line ita-

liano pare dunque potenzialmente fertile per il rosé, perfino quello super premium, che tuttavia è francese, perché l'Italia non lo produce. Soprattutto, a differenza della Francia e della Spagna, è nelle Doc italiane che mancano i rosati più ambiziosi. Forse un dialogo tra denominazioni ed e-commerce potrebbe aiutare.

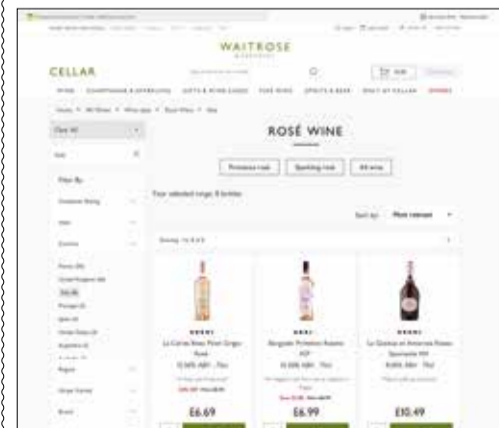
GERMANIA E AUSTRIA

E in Germania, mercato fondamentale per il vino italiano? Sul gigantesco portale bavarese **Wirwinzer** si trovano più di 200 referenze rosa italiane: il dato è più buono di quello francese (appena una cinquantina), ma sideralmente lontano dai 1900 rosé tedeschi e perfino dai 330 austriaci. Meno ampia la squadra rosa su **Lobenbergs**, con sede a Brema: il rosé rappresenta il 4% dei rossi e il 5% dei bianchi; gli italiani sono appena 17 e la Toscana è la regione più rappresentata: viene da lì il rosato italiano più costoso, il Syrah Rosé Si di Duemani, a 33 euro, distante dal rosé più quotato, il Trollinger Aldinger del Baden-Württemberg, a 100 euro. In Austria, il contesto peggiora ulteriormente: il portale **Weinco** ha 78 rosé contro 832 rossi e 664 bianchi; Austria e Francia sono intorno alla trentina di etichette, solo sette gli italiani.

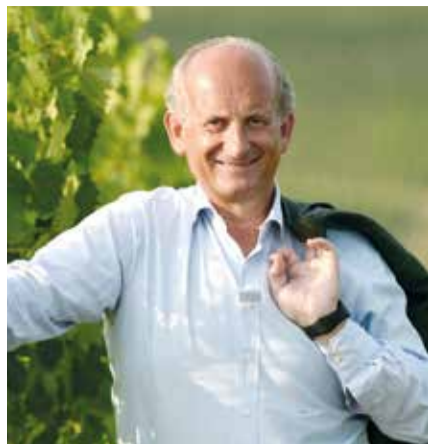


REGNO UNITO

Infine, il Regno Unito, ritenuto la nuova frontiera dell'ascesa del rosé. In effetti, sull'e-commerce dei supermercati **Waitrose** i rosati pesano quasi un terzo dei bianchi e un quarto dei rossi, però le etichette in rosa sono solo 103, con la Francia a quota 50, l'Inghilterra a 18 e l'Italia, terza, a 8 con un solo vino Doc, il Prosecco rosé La Gioiosa. Non risveglia gli entusiasmi il portale di **Majestic Wine**, il più grande rivenditore di vini del Regno Unito: propone appena 73 rosé fermi, contro 752 bianchi e 999 rossi; l'Italia rosa è a quota 11. Si potrebbe pensare andiamo meglio con gli spumanti, stante il successo britannico del Prosecco: niente da fare, il Prosecco rosé ha solo 3 etichette.



NOTA: i dati indicati si riferiscono al giorno dell'indagine e sono suscettibili di oscillazioni, anche giornaliere, in base all'assortimento



LAMBERTO FRESCOBALDI



SANDRO SARTOR



SANTI PLANETA



GIOVANNI PINNA



ANTONIO CAPALDO

VIAGGIO NELLE AREE DOVE LA TIPOLOGIA NON È TRADIZIONE MA INNOVAZIONE

TUTTE LE (BUONE) RAGIONI PER SCOMMETTERE SUL ROSATO

C'è il trend della domanda, sicuramente in aumento anche se non esponenziale. C'è l'investimento nel ricambio generazionale, con i più giovani che amano l'aperitivo in rosa. C'è la rapida generazione di cassa, che non guasta.

di ANDREA GUOLO

Da cenerentola dei vini a prodotto strategico, in grado di trasformarsi in uno strumento finanziario e commerciale a supporto dell'azienda. Questa è la svolta in atto per i rosati tra le aziende che operano in territori dove, nel passato, anche la tecnica di vinificazione in rosa era sostanzialmente sconosciuta, perché non apparteneva alla storia e alla tradizione locali. I tempi sono cambiati. Oggi, dietro il grande rilancio dei vini rosa in Italia, non c'è solo la volontà di intercettare una domanda o quella che, sulla scia del successo dei nostri cugini francesi soprattutto in Provenza, appare come una moda. Qui non si tratta soltanto di completare la gamma di prodotto, perché il plus è ben più consistente. Il rosato si vende per lo più entro l'estate successiva alla vendemmia, quindi assicura un cash flow molto rapido e porta soldi nelle casse di aziende che, per ottenere la piena maturazione di altre etichette, devono aspettare diversi anni. È poi particolarmente interessante a livello commerciale, perché con il rosato si conquistano le località di mare, dove l'aperitivo in rosa è un fenomeno in crescita, diverse tipologie di locali e un differente profilo di consumatore, quello che non ama i rossi e magari nemmeno le bollicine. Il rosato diventa un'alternativa ai bianchi a tavola, nell'abbinamento ai piatti leggeri e di pesce che sono sempre più al centro della scena, particolarmente d'estate. E poi c'è l'aspetto del cambiamento climatico, che potrebbe diventare un buon alleato di questa vinificazione. Abbiamo affrontato questi e altri aspetti, legati alla rinascita italiana della produzione rosa, con aziende situate in territori storicamente meno identificati con questa tipologia rispetto alle due regioni di riferimento per il rosato, Puglia e Abruzzo, oltre all'area del Garda. E abbiamo dato voce a: Lamberto Frescobaldi (Marchesi de' Frescobaldi), Sandro Sartor (Ruffino), Santi Planeta (Planeta), Giovanni Pinna (Sella & Mosca), Antonio Capaldo (Feudi di San Gregorio), Riccardo Pasqua (Pasqua Vigneti e Cantine), Roberto Pighin (Pighin), Raffaele Librandi (Librandi), Giorgio Pasanisi (Umani Ronchi) e Paolo Galassi (Terre Cevico).

Quanto pesa la produzione di rosato?

Ci sono aziende per cui è più alta, altre per cui è meno che marginale, ma tutte concordano sul fatto che stia aumentando. "Si tratta della categoria di prodotto in maggiore crescita negli ultimi



C'è, per le aziende focalizzate sui rossi, l'ingresso nelle località di mare e nei ristoranti di pesce. C'è la risposta alla crisi dei rossi e c'è il fattore del cambiamento climatico. Ecco perché sempre più aziende, nei territori storicamente lontani dal rosato, stanno cambiando strategia

mamente forte: statistica vuole che, nel mercato nordamericano, otto bottiglie su 10 siano importate dalla Provenza, noi cerchiamo spazio tra le due rimanenti. E lo facciamo puntando su un rosato territoriale, il cru della nostra Maremma con basi Syrah e Vermentino, che esce sul mercato un anno e mezzo dopo la vendemmia. Ora stiamo vendendo l'annata 2021. Abbiamo affrontato il rosato come un grande vino e non come un prodotto da consumare entro l'annata, perché pensiamo che chi lo sceglie sia alla ricerca non solo della convivialità del bere, ma anche di un approccio culturale al prodotto".

Per Sella & Mosca, la tipologia è rilevante: "Circa 500mila bottiglie l'anno, pari al 10% della nostra produzione complessiva", racconta il direttore ed enologo **Giovanni Pinna**. Le referenze rosa per la società di Alghero sono tre: una va in grande distribuzione ed è quella che fa i numeri, una va in horeca e poi c'è la bollicina metodo charmat da uva Torbato. "Per i consumatori più esperti, il rosato era un 'non vino', qualcosa da non prendere in considerazione. Oggi l'appeal aumenta e noi possiamo intercettare il trend con il Cannonau, uno dei vitigni che meglio si presta a questa vinificazione". Per Planeta rappresenta il 7-8% della produzione totale con una sola referenza, Planeta rosé (Sicilia Doc), prodotto che, spiega **Santi Planeta**, "si vende molto bene negli Stati Uniti, primo mercato di destinazione per questa categoria di vino, e poi a seguire l'Italia, la Norvegia in forte crescita, la Gran Bretagna e il Canada". Il peso più alto sul totale riguarda tuttavia Librandi, azienda per cui il rosato vale

più di un terzo della produzione complessiva di Cirò Doc. "Per tradizione, da noi si tratta di un vino importante, e possiamo dire che, negli anni, ha guadagnato posizioni rispetto al rosso, il cui calo ha favorito anche l'incremento del Cirò bianco", sottolinea **Raffaele Librandi**. Per

Ruffino, il rosato fermo "rappresenta forse meno del 5% del totale mentre nelle bollicine di Prosecco si sale a una quota del 10% con tendenza in aumento", racconta l'ad **Sandro Sartor**. Umani Ronchi, nome storico delle Marche, produce un suo rosato fermo, il Centovie, ma "lo facciamo in Abruzzo, con uve Montepulciano, e ne escono solo 18mila bottiglie", dice il direttore commerciale **Giorgio Pasanisi**. Piccoli numeri (10mila bottiglie) anche per **Roberto Pighin**, che ha rilanciato il rosato dopo un break durato oltre vent'anni: "Tra gli '80 e i '90 producevamo un rosato a base Merlot, poi abbiamo destinato quelle uve totalmente ai vini rossi.



Da sinistra: vigneti Planeta, Tenuta Massellina (Terre Cevico) e Poggio Casciano (Ruffino)



mi cinque anni, per quanto sia ancora molto lontana a volume rispetto ai bianchi e ai rossi", racconta **Antonio Capaldo**, che con Feudi di San Gregorio ne produce due: tra questi c'è Visione, destinato alla ristorazione, ed è l'etichetta che cresce in assoluto di più tra quelle presenti nel portafoglio della cantina di Sorbo Serpico (Avellino). "Ed è importante - aggiunge - perché il consumo di rosato non si sovrappone a quello di bianchi e rossi. Si tratta di un vino le cui occasioni di consumo sono simili a quelle delle bollicine, e poi nel 95% dei casi viene richiesto al calice. Quindi per noi è strategico per la crescita in generale, per la conquista di una nuova clientela e per l'inserimento in diverse occasioni di consumo". Per **Lamberto Frescobaldi**, l'appeal del prodotto c'è ma per lo più in Europa. "Negli Stati Uniti è più difficile vendere il rosato italiano perché la presenza dei produttori provenzali è estre-



RICCARDO PASQUA



ROBERTO PIGHIN



RAFFAELE LIBRANDI



GIORGIO PASANISI



PAOLO GALASSI

Ora la scelta è di ricorrere al Refosco dal Peduncolo Rosso, completandolo con un po' di Merlot e ottenendo un vino più scarico di colore, delicato, allineato ai tempi". Dal Friuli Venezia Giulia al Veneto, per **Riccardo Pasqua**, "quella dei rosati è sicuramente una delle categorie più dinamiche, interessanti e in crescita del panorama vinicolo globale. Il lavoro di ricerca, sperimentazione e innovazione che stiamo compiendo vuole incontrare il trend e interpretarlo secondo i nostri codici, contribuendo all'evoluzione del trend stesso". La produzione di rosato in Pasqua Vini pesa circa il 14% del totale, in forte crescita rispetto al 3% del 2014, grazie al boom di 11 Minutes rosé, e alla limited edition Y by 11 Minutes, oltre ad alcuni altri progetti in cui innovazione e tradizione trovano un nuovo equilibrio, come Freeda per Cecilia Beretta. L'azienda dove l'incidenza è più bassa è Terre Cevico: "Rasenta l'1,5% della nostra produzione totale. Sicuramente è un vino ideale da consumare in riva al mare, ma per noi non è un trend come vino fermo. Abbiamo un paio di progetti in via di definizione sulle bollicine, uno con quelle basiche e uno di posizionamento premium con Tenuta Masselina", afferma il direttore generale **Paolo Galassi**.

Quanto incide il consumo locale?

Siamo in regioni di mare, talvolta di lago, e certamente lo sbocco costiero ha un peso importante, che però varia a seconda del luogo di origine. Partiamo in questo caso dalla situazione meno favorevole ovvero la Romagna. "Il nostro difetto è che vogliamo accontentare troppo i turisti in Riviera e quindi nelle nostre carte dei vini non c'è una forte connotazione territoriale", afferma Galassi di Terre Cevico. Il ristoratore medio del mare romagnolo non

è un "pasdaran" della produzione locale e questo vale per i rosati fermi così come per le bollicine, dove domina il Prosecco. Come si fa a stringere i rapporti con il territorio? "Cercando di seguire direttamente il canale Horeca, evitando l'intermediazione dei grossisti. Proporre loro una bolla rosa romagnola è una vera impresa..." replica Galassi. Cambiando regione, cambia anche la visione della realtà. Per Ruffino, che pure è un marchio di proprietà americana e fortemente presente negli Usa, un quarto del fatturato Italia dipende dalla Toscana e nel caso del rosato l'importanza non si ferma alla costa, ma arriva anche nelle città d'arte come Firenze: "Si vende tanto ovunque, perché d'estate i vini freschi sono piacevolmente apprezzati dai locali e dai turisti", dice l'ad Sartor. Per Sella & Mosca, il consumo è perlopiù all'interno della Sardegna sia in Horeca sia in Gdo: "Tra i più affezionati al rosé ci sono i turisti tedeschi e olandesi, che ne consumano più degli italiani quando passano le ferie da noi", dice Pinna. Per Pighin, più che le località balneari friulane o giuliane, a contare sono Venezia, la riviera ligure, la costa laziale e poi le città principali come Milano, Roma, Bologna e Napoli. Per Planeta, una bottiglia su cinque di rosato è destinata al mercato interno e per lo più a quello regionale dove, afferma Santi Planeta, "c'è spazio per crescere, grazie alla particolare tipologia di rosato da noi prodotto, al suo posizionamento e naturalmente al forte consumo legato alla bella stagione. Dove c'è il mare, il rosato si vende bene". Riccardo Pasqua osserva che: "La cultura del rosé in Italia è ancora poco sviluppata. Sono un'eccezione i luoghi di interesse turistico internazionale, come il lago di Garda o il litorale veneziano, dove il rosé è una categoria imprescindibile nelle carte dei vini e nei programmi 'by the glass' dei

locali più alla moda". Per Feudi invece, precisa Capaldo: "Il mare della Campania assorbe i tre quarti delle vendite italiane. Ma è interessante un altro aspetto: per noi, che esportiamo soltanto il 30% della produzione, il rosato è tra le etichette che vanno di più all'estero, fino al 50% del totale". Il rosato di Umani Ronchi è per l'80% destinato in Italia e il mercato abruzzese assorbe la metà della produzione totale. Situazione simile per Librandi, che vende il suo vino rosa per il 60% in Calabria e durante tutto l'anno, così come accade in Germania e negli Usa. "In alcuni mercati il rosato è un fenomeno stagionale, in altri no", puntualizza il produttore di Cirò. "Il peso del mercato regionale è importante per accrescere la fama di un rosato nel mondo", afferma Lamberto Frescobaldi, aggiungendo: "Poiché da sempre la Toscana viene associata al vino rosso, oggi c'è una discreta accettazione dei suoi rosati, i quali possono sostituire d'estate quei bianchi che per scelta stilistica sono diventati un po' pesanti e hanno invaso, per importanza e per complessità, il territorio dei rossi, perdendo una parte di freschezza, acidità e sapidità che il consumatore si attende da un bianco. E qui è entrato in gioco il rosato. La sua crescita non è casuale".

Si beve subito, si incassa subito.

Quanto conta il fast cash flow?

Essendo un vino tendenzialmente d'annata, il rosato presenta quella caratteristica che fa gola a tutti: si vende subito e si incassa subito. Mentre per i rossi e per i bianchi, bollicine comprese, c'è la tendenza ad aspettare più tempo prima di mettere le bottiglie in commercio. Quanto conta questo aspetto di generazione veloce di cash flow per dare la spinta alle cantine nella produzione di vino

Continua a pagina 23 ➔

NUOVO LIEVITO

SafOEno™ SH 12

PER RIVELARE INTENSI E ARMONIOSI AROMI TIOLICI

Questo lievito secco attivo è stato appositamente selezionato per rivelare al meglio il potenziale aromatico delle varietà tioliche promuovendo il rilascio di composti fruttati e aromi tiolici. La sua complessità è rafforzata da una produzione predominante di esteri etilici; la sua freschezza porta un piacevole equilibrio e persistenza aromatica in bocca. Raccomandiamo l'uso di SafOEno™ SH 12 per vini bianchi e rosati fruttati freschi, ricchi di aromi tiolici. Per saperne di più, trovaci su fermentis.com



Distributore esclusivo per l'Italia





Lievito + Nutriente

L'ABBINAMENTO PERFETTO

per ogni fermentazione l'abbinamento che centra l'obiettivo al 100%

100% TIOLI

Ferrens Emotion  *wynTube Revelathiol*

vini bianchi e rosati complessi e caratterizzati

100% FRESCHEZZA

Ferrens Spring  *wynTube Fructal*

vini bianchi e rosati varietali, freschi e longevi

100% POTENZA

Ferrens Evoke  *Vitalyeast*

Vini rossi potenti, complessi, fruttati e rifiniti

DC
DAL CIN

www.dalcin.com



➔ Segue da pagina 21

rosa? Tralasciando Frescobaldi, che ha preso una direzione diversa uscendo dopo 18 mesi dalla vendemmia, per gli altri produttori è sicuramente un fatto allentante. “Conta tantissimo - replica Capaldo di Feudi - perché come rapidità di incasso non dico che ci resti ormai soltanto il rosato, ma quasi... E questo vale per noi così come per i nostri clienti, il che fa acquisire una valenza ancora più strategica alla categoria di prodotto”. Per Galassi di Terre Cevico: “Concettualmente è il vino ideale, si beve in fretta e si incassa in fretta”. Santi Planeta afferma: “Il tema è importante, perché tutte le cantine tendono ad anticipare l’uscita del rosato per allocarlo prima e rispondere a un consumo che si concentra entro fine estate. C’è quell’anticipo di 3-4 mesi che assume una valenza particolare”. Pinna di Sella & Mosca racconta: “Talvolta lo finiamo prima di agosto. E la pratica di anticipare la vendemmia ci permette di liberare la nuova annata anche prima di fine anno. In questo modo, raccogliendo prima le uve da vinificare in rosa, riusciamo a limitare lo stress dei picchi vendemmiali”. Riccardo Pasqua condivide l’importanza del circolante: “Il rosé è sicuramente una categoria generatrice di cassa, dato che la grandissima parte, tranne il progetto Y by 11 Minutes che esce con un anno di affinamento tra barrique e bottiglia, viene venduta con l’annata corrente e in un rapido lasso temporale, iniziando le prime spedizioni a dicembre, quindi appena due mesi dopo la vendemmia”. Raffaele Librandi è d’accordo a metà: “Più che la rapidità di incasso, quel che conta è avere a disposizione una tradizione di rosato e una serie di vitigni che ben si prestano alla vinificazione in rosa. E poi il trend di crescita in atto, che parte da una base importante”. Pasanisi di Umani Ronchi chiarisce che “tante condizioni fanno sì che il rosato sia legato al consumo veloce, non ultima l’uscita anticipata dell’annata stessa. Per noi il fatto di essere un’etichetta bio contribuisce al trend di crescita delle vendite”. Sartor va controcorrente affermando che “più della rotazione di cassa, conta un’altra esigenza strategica ed è quella di destagionalizzare le vendite. Questo vale ancor più per noi, che siamo conosciuti nel mondo per il vino rosso e puntiamo sul rosato per essere presenti nei locali del mare, dove d’estate c’è un forte consumo e dove la proposta gastronomica è focalizzata sui piatti di pesce”.

È un problema se non finiscono le scorte?

Può diventarlo perché, soprattutto in Italia, le annate precedenti sono difficili da piazzare. “Il problema principale è convincere il trade a proporre questa bottiglia l’anno successivo”, afferma Capaldo. Infatti, la capacità di sfidare il tempo, o perlomeno un semestre in più, da parte dei rosati italiani c’è tutta. Eppure non sono solo prodotti di pronta beva, ma anche vini che si possono degustare nell’autunno/inverno successivo con qualche piatto più strutturato. A evidenziarlo è Lamberto Frescobaldi: “Nella nostra hospitality in Tenuta Ammiraglia, l’azienda del gruppo dedicata al rosato, lo abbiniamo al pesce d’estate e alla cacciagione d’inverno. È un prodotto che abbraccia tutto l’anno e si accompagna perfettamente con le pietanze di carne”. Librandi afferma che: “Potenzialmente può rappresentare un problema ma non per la qualità del vino, bensì per la tendenza al consumo immediato. Noi cerchiamo di uscire a gennaio con l’annata nuova, ma in prospettiva si profila un certo interesse per rosati più ‘importanti’ e non nascondo che stiamo pensando a realizzare qualcosa di diverso”. Per Pasanisi di Umani Ronchi “non è mai capitato di vedere avanzare

bottiglie, ma non sarebbe un problema perché partendo dal Montepulciano, il vino ha una bella longevità. E nei mercati che lo apprezzano, come Canada e Giappone, i ristoranti hanno in carta ancora le nostre annate 2020”. “Ha meno appeal commerciale - ritiene Santi Planeta - ma dipende dal vino e dal suo posizionamento. Per esempio, il rosato che produce Serra Ferdinanda, la nostra joint venture italo-francese in Sicilia, viene tranquillamente venduto anche nell’annata successiva”. Per Pinna di Sella & Mosca “fortunatamente non si pone il problema, perché lo vendiamo tutto. Se pure dovesse capitare, il vino non ha scadenza ma certamente il nostro rosato perderebbe quelle note di frutta e quella freschezza che lo contraddistinguono nell’annata”. E Sartor afferma: “Fare il salto d’annata non è immaginabile. E non lo è in particolar modo nel mercato interno, dove il rosato viene associato ai bianchi, mentre per gli americani, che lo associano ai rossi, la percezione è differente”.

La crisi dei rossi sposta il mercato verso i rosati?

“Il produttore si muove nella direzione imposta dal mercato. E il mercato chiede più vini ‘da frigo’ perché aumenta il consumo in abbinamento a pasti leggeri, insalate, piatti di pesce. Cibi che chiamano naturalmente i bianchi e i rosati”, questa l’analisi di Sartor, che conferma dunque come ci possa essere questa spinta in virtù dei cambiamenti del consumo. Per Frescobaldi, il trend va monitorato e interpretato perché, evidenzia il presidente del gruppo fiorentino, “mi risulta che le vendite dei rosé provenzali siano in diminuzione, proprio a causa dell’ingresso nel mercato di etichette non gradevoli. Ed è la qualità che premia un prodotto, a prescindere dalle mode e dalle tendenze di consumo. Oggi, dopo l’esaurimento delle scorte post Covid e la conseguente necessità di ricreare gli stock, qualche vino è destinato a non trovare spazio nel mercato, e questo varrà per tutte le categorie di prodotto, rosati compresi”. Galassi di Terre Cevico fa una distinzione in base ai mercati di destinazione: “Se la moda esplose in Italia, l’impatto consequenziale è limitato. Se il fenomeno dovesse riguardare invece gli Stati Uniti o la Gran Bretagna, allora cambierebbero gli equilibri e forse varrebbe la pena sacrificare una parte dei rossi per lanciare i rosati, ma questo al momento non è avvenuto”. Pinna è convinto che il futuro sarà molto rosa... “Con il suo stile nuovo, sapido e leggero, il rosato conquisterà spazio - spiega il direttore di Sella & Mosca - e lo sottrarrà sempre di più al rosso. E lo farà conquistando i giovani, che lo scelgono come vino da aperitivo o in abbinamento al pesce”. Per Riccardo Pasqua: “Indirettamente la crisi dei rossi è uno dei fattori di crescita dei rosati. Ma la spinta è generata maggiormente dal lifestyle e dalla parziale destagionalizzazione della categoria, in stato avanzato nel mondo anglosassone”. Tra i meno convinti troviamo Pighin e Librandi. “Chi apprezza il rosso non lo abbandona per un rosato. E chi beve rosato non lo fa a discapito di un Barolo o di un Brunello. Semmai lo chiede in alternativa a un bianco”, dice il primo. Mentre Librandi aggiunge: “Il rosato va bene indipendentemente dal momento vissuto dai rossi, dove peraltro non registriamo una particolare diminuzione di consumo. Il suo trend di crescita è consolidato”.



Il cambiamento climatico può spingere la produzione “rosa”?

Qui i pareri sono unanimi: certamente sì, perché la categoria - data la tecnica di vinificazione - è meno soggetta a variazioni di risultato. Ma non solo, come spiega Riccardo Pasqua: “In generale, la conseguenza di un’annata troppo calda potrebbe portare a una difficile maturazione fenolica, con tannini troppo crudi/verdi; vinificando in rosato, macerando le uve per pochi minuti, non andiamo ad estrarre troppi tannini”. Per Pasqua, il problema si pone relativamente perché “siamo in una posizione fortunata, essendo i nostri rosati di provenienza lago di Garda: l’effetto mitigatore del microclima del lago va a diminuire l’impatto del cambiamento climatico. Oltre a questo, la tecnica viticola impostata negli ultimi anni ci ha portato a tenere i grappoli maggiormente riparati”. Molto dipende da come l’azienda ha interpretato il proprio rosato e da quali basi parte. Frescobaldi lo ha fatto concentrando su due varietà, Vermentino e Syrah: “Il primo - afferma Lamberto Frescobaldi - viene piuttosto bene quando c’è l’influenza del mare, e non ci è mai venuto in mente di piantarlo lontano dalla costa. Il Syrah lo abbiamo provato in varie zone e in alcune ha dato ottimi risultati, in altre ha fallito clamorosamente. Anticipando un po’ la raccolta, si esaltano gli aromi tipici del Syrah come il floreale e il pepe bianco. Quindi non facciamo il rosé con tutto quel che abbiamo e, in particolare, non lo facciamo con il Sangiovese”. Sartor, infine, afferma: “La raccolta anticipata delle uve a bacca rossa rende tutto più semplice, e questo è innegabile. Ma poi subentrano le complessità tipiche delle uve a bacca bianca, che sono particolarmente delicate e impongono, talvolta, la vendemmia notturna”.

Quali sono i programmi di investimento?

I programmi sono generalmente importanti e per le aziende si profila un futuro nel quale il vino rosa conquisterà una quota più ampia nei fatturati del vino italiano. “Aqua di Venus - precisa Sartor per Ruffino - è un brand creato nel 2020 proprio per intercettare la tendenza del rosé provenzale negli Stati Uniti, e continueremo a investirvi anche se, per il mercato americano, il rosato italiano è una novità, visto che siamo conosciuti per i nostri grandi rossi, per il Prosecco nelle bollicine e per il Pinot grigio nei vini bianchi. In nord Europa e soprattutto in Svizzera, invece, il rosato italiano di qualità è già stato sdoganato ed esce a una cifra ormai prossima a quella dei rosé francesi”. Capaldo per Feudi di San Gregorio aggiunge: “Abbiamo identificato una tenuta dedicata al rosato, che diventerà un piccolo sottomarchio di Feudi. E prevediamo di crescere a doppia cifra nei prossimi tre anni”. Novità in arrivo per Umani Ronchi: “Al rosato fermo dell’Abruzzo vorremmo affiancare un prodotto analogo da far uscire come Conero Dog. Il via libera dovrebbe arrivare con la vendemmia 2024”. Per Giovanni Pinna: “Ci sono margini di crescita per Sella & Mosca, si parla di un 10-20% in più”. Pasqua ha previsto importanti investimenti in marketing e comunicazione legati a 11 Minutes e ai rosati in generale: “Sono molto adatti alla narrativa sulle piattaforme social. Ma per quanto la comunicazione sia un asset centrale nella nostra strategia di promozione, il punto di partenza e centrale di ogni progetto è il vigneto e per questo siamo sempre alla ricerca di nuovi vigneti nella zona del lago di Garda orientale”. Per gli altri produttori, invece, al momento non sembrano esserci necessità di espansione. “Potrebbe avere un senso nell’Etna, dove però non disponiamo di estensioni ampie e quindi non intendiamo togliere spazio alla produzione di bianco e tantomeno a quella di rosso”, afferma Planeta. “Sulle bollicine qualcosa in più faremo, sul rosato fermo invece no perché non si vende poi così facilmente”, dice Galassi di Terre Cevico. “Siamo dei ‘bianchisti’ e per sviluppare i bianchi abbiamo notevolmente ridotto la superficie dedicata alla coltivazione dei rossi, che non vogliamo rilanciare per dare vita ai rosati il cui andamento, nella storia, è molto altalenante”, risponde secco Pighin. “Con tre rosati fermi, un metodo classico da uve Gaglioppo e con la novità appena lanciata del rosato frizzante metodo Charmat, considerando la quota così elevata rispetto al totale della nostra produzione, direi che per ora può bastare”, conclude Librandi. *Andrea Guolo*

CRUBI
CRISTAL
by Bourrassé

+96%
DI SUGHERO NATURALE
DEAROMATIZZATO
CO₂ SUPERCRITICA

ASSENZA DI GUSTI
ASSICURATA PER OGNI
SINGOLO TAPPO

Bourrassé

Creatore di soluzioni di tappatura di sughero

B.P. 23 - Route de Lacomian
40230 TOSSE (FRANCE)

Tel: 05 58 49 99 20
france@bourrassé.com

Tel: 00 33 558 499 926
export@bourrassé.com

BOURRASSE.COM



**PUGLIA,
ABRUZZO E LAGO
DI GARDA: DALLA
VOCAZIONE ALLA
SPERIMENTAZIONE**



Il fattore comune è la ricerca di espressioni più complete e complesse per vini che, nelle rispettive aree, sono già famosi e noti. E allora botti, ma anche barrique, per fermentazioni e affinamenti che non devono snaturare l'idea del vino fresco e immediato. Come nel caso della ceramica...

Vini rosa e legno, le sfumature aumentano

di FRANCO SANTINI

Quando si pensa alla produzione di vini rosati, l'uso del legno come contenitore di fermentazione e affinamento sembra essere quasi contro natura: "Copre il frutto...", "marca eccessivamente...", "accelera fenomeni ossidativi, penalizzando freschezza e colore..." e via dicendo. Sono tante, e giustificate, le perplessità di chi deve vendere un prodotto che gioca tutto (o quasi) su vibranti aromi fruttati e gusto fresco. Eppure, dal punto di vista enologico, l'acciaio, materiale oggi universalmente utilizzato a ogni latitudine, è inven-

zione degli ultimi decenni. Nella storia, il vino, di qualunque genere o colore, si è sempre fatto in botte. Quindi l'utilizzo di questo contenitore, anche per i vini rosa, deve apparire più che naturale. A patto di saperlo usare, come sempre, in maniera intelligente. Abbiamo raccolto le testimonianze di alcune aziende che da molti anni hanno deciso di elaborare in legno anche i loro rosati: per scelta stilistica, per assecondare un progetto di vino rosa più complesso e longevo o, magari, semplicemente per differenziarsi in un mercato sempre più omologato, abituato a una fruizione passiva e acritica che chiede un "rosa-

tello" di poche pretese.

Ci è parso naturale sondare il terreno in quei territori che storicamente hanno sempre avuto un'autentica tradizione e vocazione rosatiste: quindi Abruzzo, Puglia e la zona del Garda. E qui che sono nati alcuni dei rosati più originali e interessanti in circolazione: perché il legno, alla fin fine, è solo uno dei tanti contenitori che si possono utilizzare. Se non c'è vocazionalità del territorio e sensibilità del produttore, un grande rosato (e un grande vino, in generale) non verrà mai.

Parliamo di rosé

Trenolin® Rosé

Enzima da impiegare in pressa per la riduzione di estrazione di colore e con proprietà macerative molto basse

ERBSLÖH

www.erbsloeh.com

Bottiglia Cilindrica? Conica? Quadrata? Sagomata?

ETICHETTATRICI MULTIFORMATO
anche su misura!

SCOPRI TUTTA LA GAMMA

DMC
LABELING ENGINEERING

DMC srl | Via Camuncoli, 2
42018 San Martino in Rio (RE)
Tel./ Fax: +39 0522 272834
www.dmclabeling.it
info@dmc-online.it



Sul Garda un vino rosa in commercio dopo 5 anni

Mattia Vezzola della produzione di rosati originali e anticonformisti ne ha fatto un marchio distintivo. Nella sua azienda Costaripa, situata nel cuore della denominazione Valtènesi a Moniga del Garda, prevede da sempre l'utilizzo di piccole botti di rovere bianco per le fermentazioni e l'elevazione dei propri rosé, al fine di amplificarne il ventaglio aromatico/gustativo e di aumentare

Mattia Vezzola con i figli Nicole e Gherardo



la capacità di attraversare il tempo. "Tutto parte da una considerazione semplice: come è possibile che un vino da dessert viva 100 anni, che un rosso ne viva 50, un bianco 30 e un rosé, sì e no, 4 mesi? Ciò accade perché la qualità delle uve usate per produrre molti dei rosati in circolazione è ormai compromessa: è una materia di seconda o terza scelta, con cui puoi fare poco. Per di più, spesso si lavora con la tecnica grossolana del salasso, estraendo solo una piccola percentuale delle sostanze dall'acino e lasciando la parte migliore, qualora ve ne sia, per il vino rosso". Tutto parte, secondo Vezzola, dalla vocazionalità del territorio e dal progetto di vino che vuoi fare: "A mio avviso, è necessario che i rosé abbiano uno standing di maggior raffinatezza, perché non sono un semplice vino, ma sinonimo di un modo di vivere: chi ha

la cultura del rosé da viticoltura dedicata, proveniente da territori ad alta vocazionalità, ha un modo di vivere educato, elegante, leggero, che esige vini con le stesse caratteristiche. In aziende che prendono la produzione dei rosati sul serio, come la nostra - dove le vigne a bacca rossa non solo sono dedicate, ma anche selezionate geneticamente per produrre vini rosé - si può e si deve pensare a prospettive di vita più lunga: non dico per forza 10-15 anni, ma almeno 3 o 4. Solo un folle investirebbe 400 ore di lavoro a ettaro di vigna per fare un vino che dura 4 mesi! Se decidi di fare un lavoro serio sui rosati, se hai questi valori e questa identità, e se hai la fortuna di vivere in un territorio vocato (e ce ne sono pochi), sei costretto a cercare un miglioramento costante. Fare i rosé, per me, è come lavorare una materia preziosa, come la seta o il cashmere:

devi avere una sensibilità fuori dal comune e tutta la tecnologia necessaria per non rovinarla. Devi essere curioso ed esplorare tutte le strade, e tra le varie tecniche per dare longevità a questi prodotti c'è sicuramente un corretto uso del legno. Le botti aiutano da sempre a creare vini più complessi e longevi, ma i rischi e le difficoltà sono enormi. Noi usiamo botti con molti anni, anzi direi decenni, di vita: mantenere una botte di 30-40-50 anni in perfetta efficienza, sapendo che per qualche mese rimane vuota, è un salto mortale, tra pericoli di muffe, secchezza, contaminazioni. Pochissimi al mondo sono in grado di fare un lavoro del genere: se la maggior parte dopo 4-5 anni cambia le botte, per noi dopo 7-8 anni iniziano a diventare interessanti! Lavorare con le botti richiede insomma una dedizione completamente diversa". Il segreto,

secondo Vezzola, è nel trovare il perfetto compromesso tra legno e acciaio: "Durante la fermentazione in botte c'è una stabilizzazione dal punto di vista ossigenativo e dei polifenoli che cambia la struttura del vino. Tutta la parte aromatica, dei terpeni, dei tioli, di frutta, si riduce in maniera significativa: è importante, quindi, che una parte del vino sia sempre lavorata in acciaio, dove, in ambienti ridotti, si sviluppano profumi favolosi. Questi, però, hanno il problema di durare solo qualche mese: usando un corretto mix di botte e acciaio, invece, i profumi sono più delicati e armonici, meno intensi, ma vivono più a lungo. Oggi il nostro Valtènesi Doc Molmenti - ottenuto da vigne vecchie, con acino spargolo e rapporto polpa buccia a favore del primo - fa due anni di botte e tre anni di bottiglia e si può bere con grande soddisfazione dopo 15 anni".



EXPLORING INNOVATION



TRECIEFFE

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

"VIRTUAL INNOVATION"

La progettazione virtuale degli spazi in cantina



TRECIEFFE
San Biagio di Callalta (TV)
info@trecieffe.it
www.trecieffe.it

Dal 1984 Trecieffe progetta e realizza serbatoi in acciaio inox su misura, con l'obiettivo di soddisfare al meglio le richieste e le esigenze del cliente con il quale mantiene un contatto costante dal primo incontro conoscitivo, alla fase di installazione del prodotto e sempre disponibile nella fase post-vendita. Ogni processo aziendale è conforme ai requisiti della normativa ISO 9001 e l'intero flusso produttivo avviene all'interno dello stesso stabilimento aziendale sito a San Biagio di Callalta (TV), dove si prediligono materiali e accessori di origine Europea, oggetto di un'attenta selezione, grazie alla rete di partners fedeli al "Made in Italy".

L'azienda deve la sua continua crescita alla ricerca persistente di metodi progettuali innovativi, aspirando alla realizzazione di sistemi sempre più efficienti volti alla realizzazione di un prodotto tecnologicamente all'avanguardia. Questo permette a Trecieffe di essere la prima azienda del settore, in Italia, a introdurre un nuovo strumento a servizio della progettazione: la "Virtual Innovation". Tale sistema consiste

nella simulazione di ambienti e strutture reali in cui poter immergersi ancor prima che questi possano concretizzarsi, garantendo tempi di produzione più rapidi e ottimi risultati tecnico-funzionali, evitando, così, errori spesso irrimediabili.

La prima fase prevede il caricamento del progetto tridimensionale in un elaboratore grafico che, grazie all'esperienza acquisita dai collaboratori interni, permette di ricreare fedelmente quello che sarà il risultato finale, completo di dettagli quali finiture estetiche, luci, ombre ed eventuali personalizzazioni richieste dal cliente.

Grazie all'utilizzo di periferiche quali visore e controller, sarà possibile accedere alla cantina, interagire con la realtà circostante e prendere consapevolezza di spazi, altezze e dimensioni reali consentendo così la definizione di serbatoi, passaggi, scale e passerelle, oltre alla posizione del prodotto, tipologia degli accessori, finiture: dettagli fondamentali per la realizzazione di un ambiente elegante e funzionale. L'intero processo prevede tre livelli di

definizione i quali si differenziano l'uno dall'altro per completezza, particolarità, necessità e costi.

Il livello più alto di definizione consiste nello studio e nella progettazione completa della cantina e del prodotto in sé includendo dettagli e particolari del serbatoio e dell'ambiente circostante.

Il livello intermedio si basa, invece, sull'inserimento in cantina della vasca per constatare gli spazi a disposizione, valutando, quindi, caratteristiche prettamente dimensionali. L'ultimo livello, puramente funzionale, consiste nel caricamento del singolo serbatoio nell'elaboratore grafico per delinearne caratteristiche, dimensioni e l'insieme di accessori che meglio si adattano alla tipologia e alla funzione del serbatoio in questione.

L'obiettivo di "Virtual Innovation" si basa sulla creazione di un rapporto di collaborazione tra Trecieffe e la committenza. Fondamentale è la figura dell'architetto le cui competenze, unite al know-how aziendale, possono dar vita ad una struttura singolare, unica, pratica ed esclusiva.

Romeo Taraborrelli



Abruzzo, parliamo di "botte" e non di "legno"

Assolutamente in linea con il pensiero di Vezzola, anche se abituato a lavorare a latitudini diverse, è **Romeo Taraborrelli**, enologo storico di note cantine abruzzesi, tra cui Di Sipio Wines, dove da anni, insieme alla proprietà, ha sviluppato i vini rosati con evoluzione in botte. "Intanto ci tengo molto a sottolineare un aspetto terminologico: parlerei di affinamento in botte, non in legno. Oggi, quando nomini la parola legno, tutti ne vogliono stare alla larga, così come un paio di decenni fa tutti invece la cercavano. Il vino si è sempre fatto nelle botti, è una cosa naturale, e ricorrei a questo termine per non influenzare il consumatore. L'idea di un Cerasuolo d'Abruzzo lavorato in botte nasce quindi nel 2006 con Nicola Di Sipio, lungimirante imprenditore chietino, che nei primi anni Duemila acquista la tenuta dove suo padre lavorava come bracciante e avvia un progetto di vitivinicoltura di qualità. Un giorno Nicola viene da me e mi dice: 'Ci sono tanti rosati in giro, tutti molto simili... possiamo farne uno diverso, che ci differenzi sul mercato, magari duri più di un'estate, che stappiamo tra 3-4 anni e ci divertiamo?'. Come enologo non ho mai imposto ai produttori il vino da fare, ho sempre lasciato che l'idea partisse da loro, da una conoscenza intima del territorio e da un progetto chiaro che ne esprimesse le potenzialità. Ecco che iniziai allora a ragionare su quale fosse il processo enologicamente migliore per raggiungere quell'obiettivo. A quel tempo era un concetto nuovo anche per me, perché su bianchi e rossi avevo già una grande esperienza, ma il rosato in botte non lo avevo mai fatto. Confrontandomi

costantemente con il proprietario, iniziammo a fare delle prove: fermentazioni totali, parziali, vie di mezzo, poi affinamenti in botti di varia grandezza, finché siamo arrivati, dopo qualche anno, alla 'ricetta' di oggi. Il Cerasuolo d'Abruzzo Di Sipio nasce innanzi tutto da uve dedicate a fare un rosato (oggi chiunque voglia avvicinarsi seriamente al mondo dei rosati, non può che partire da un vigneto dedicato), che lavoriamo in criomacerazione e spremitura integrale (tutto viene estratto dall'acino, molto lentamente), senza aggiunta di solforosa, che estrae e blocca i polifenoli e genera instabilità nel colore. Poi usiamo anfore e botti di varie dimensioni, dalle barrique ai tini di 30 ettolitri. Una parte fermenta in botte e poi continua ad affinare nello stesso contenitore; una parte, dopo la vinificazione in acciaio, sosta in botte sulle fecce fini; una parte fermenta e affina in anfora; un'ultima parte, infine, fa tutto il suo viaggio in acciaio. Poi, a seconda del momento di imbottigliamento e delle evoluzioni del vino nel tempo, assembliamo in varie percentuali, cercando di mantenere l'equilibrio tra frutto, freschezza e complessità. In questo modo riusciamo a ottenere un rosato di grande carattere e personalità, più sfaccettato e longevo, sicuramente atipico nel suo genere, ma che per colore e caratteristiche di base resta sempre un Cerasuolo d'Abruzzo. Parliamo di un vino che, seppur con tirature limitate (a seconda delle annate, siamo tra le 10 e le 15mila bottiglie), nell'arco dei 2-3 anni esprime caratteristiche più speziate e profonde, che sembrano essere molto apprezzate da un certo pubblico di estimatori".



Giovanni e Fernando Calò

Barrique tostate a vapore, le prove (riuscite) in Puglia

Scendendo ancora più a sud, ascoltiamo la testimonianza di **Giovanni e Fernando Calò**, della cantina pugliese Michele Calò & Figli. La Puglia è un'altra delle terre da vino italiane con autentica tradizione rosatista e i fratelli Calò hanno lanciato sul mercato un rosato salentino, il Cerasa, che è stato tra i primi in Italia a fare un parziale affinamento in barrique. Per loro, che da oltre 50 anni già producevano il Mjere, un rosato salentino classico "old style" molto conosciuto, l'esigenza era trovare un prodotto nuovo che fosse comunque all'altezza della loro fama di rosatisti. "Volevamo differenziarci sul mercato e abbiamo allora pensato ad un prodotto in legno - ci racconta Giovanni - Quan-

do si mettono i vini in botte c'è sempre il problema che si tagliano le gambe al frutto. Non volevamo perdere questa caratteristica, che è una delle cose più apprezzate dell'uva Negroamaro, specie poi nella versione in rosa. Con la preziosa consulenza dell'enotecnico Beppe Bassi, abbiamo iniziato a fare mille prove su tempi e modi d'uso della barrique. Oggi un 20% del prodotto affina per 5/6 mesi in legno, dove diventa più complesso e fissa il colore, mentre il restante 80% fa acciaio. La particolarità è che usiamo contenitori con doghe piegate nell'acqua e tostate a vapore. Non c'è la classica tostatura a fuoco, per cui nei primi mesi c'è un tannino un po' più vegetale, che poi però si

arrotonda col tempo, senza trasferire al vino speziature e aromi terziari troppo invadenti". Volendo tirare le somme, potremmo dire che l'indubbio successo commerciale e le tendenze di crescita del consumo a livello mondiale, portano verso un mercato dei rosati che inizia ad essere più maturo. E con la maturità del mercato, cresce, di pari passo, lo spazio per vini rosa che siano trattati con la stessa dignità dei bianchi e dei rossi. Quindi, se hai la fortuna di lavorare in un territorio vocato e se hai determinazione e chiarezza di idee nell'approcciare a un progetto di vino con serietà e dedizione, qualunque contenitore può essere idoneo. Anche il "famigerato" legno.

Franco Santini

Ceramica? Perché no...

"Lettera C" di Pasini San Giovanni, azienda agricola biologica di Raffa di Puegnago del Garda, è un Valtènesi rosa fatto con vigne adulte di uva Gropello gentile, lungamente affinato sulle fecce in vasche in ceramica di forma ovale. Un vino che ricerca complessità e longevità, riscuotendo grandissimi apprezzamenti di critica e pubblico, e proponendosi come modello alternativo nel panorama dei rosé.

"Perseguendo obiettivi di maggior complessità e stabilità, sia nei bianchi che nei rossi, abbiamo acquisito una certa esperienza nell'affinare i vini giovani con il loro corredo di fermentazione, cioè la feccia nobile", ci racconta **Paolo Pasini**, terza generazione di famiglia, che conduce l'azienda insieme ai cugini. "Questo - prosegue - ci caratterizza, a prescindere dal contenitore. Quindi siamo andati a lavorare sulla longevità del vino in primis, e poi siamo andati a capire quale fosse il contenitore più idoneo. Parlando di rosati, eravamo ben contenti di venderne in estate, ma avevamo ambizioni maggiori, soprattutto forti dell'esperienza fatta con i bianchi. I contenitori in legno non ci convincevano: nonostante tutti gli effetti positivi, soprattutto in termini di complessità, nelle nostre prove lasciavano una nuance balsamica che non era quello che cercavamo nel vino. Il risultato migliore lo abbiamo invece ottenuto con le botti ovali in ceramica. Innanzi tutto, sono contenitori completamente neutri dal punto di vista delle cessioni gustative, quindi non vanno a influenzare minimamente l'aspetto organolettico del prodotto finale. Sono poi costruiti con un materiale ad alta replicabilità e stabilità, che li rende estremamente 'precisi': questo fornisce ampie garanzie che non vi siano differenze tra i vini fatti in un contenitore o in un altro, come può accadere invece per le botti. Infine, hanno una bassissima traspirabilità, che evita fenomeni di ossidazione: il processo di microossigenazione è molto lento, e noi cerchiamo il giusto bilanciamento con il rimescolamento delle fecce nel vino. In sostanza, anziché usare variabili esogene per dare complessità al vino, usiamo una materia che gli appartiene, ovvero il corredo aromatico delle sue fecce nobili. Puntando a essenzialità, finezza, freschezza espressiva, tanto più escludiamo variabili esterne, tanto più raggiungiamo la forma pura per il nostro rosato. In questo, la ceramica si è rivelata fondamentale. Il vino che ne otteniamo non deve per forza essere consumato nella sua irruenza giovanile e può superare il limite della stagionalità: lo mettiamo in commercio nell'autunno del secondo anno successivo alla vendemmia, proprio per dargli carattere di maggior serietà".

Paolo Pasini



LAVASCIUGATRICI
BASSE PRODUZIONI



TERMOCONDIZIONATORI



MPF IMPIANTI S.R.L. - REGIONE SAN VITO 90 - 14042 CALAMANDRANA (AT)
TEL. +39 0141 75219 - info@mpfimpianti.it - www.mpfimpianti.it



LAVASCIUGATRICI
ALTE PRODUZIONI



NASTRI TRASPORTATORI

UN DIBATTITO SEMPRE PIÙ ACCESO IN ABRUZZO

Alleggerire colore e corpo o mantenere lo stile tradizionale. Questa la scelta sulla quale si stanno concentrando i produttori del rosato storico abruzzese. Una sorta di sfida modernisti/tradizionalisti già vista altrove, nella quale non mancano le buone ragioni dall'una come dall'altra parte, mentre le soluzioni al problema potrebbero differire. E intanto si lavora a specifici interventi sui disciplinari...

CERASUOLO: QUALE FUTURO?

di FRANCO SANTINI

L'ottimo momento del vino rosa nel mondo può essere ricondotto a due principali motivazioni: un nuovo interesse da parte dei bevitori per questa tipologia e per le sue occasioni di consumo, e un'indubbia crescita di qualità e attenzioni da parte dei produttori. Diversi studi di mercato raccontano che il rosa, nell'immaginario del bevitore medio, non rappresenta semplicemente un colore, ma un insieme di valori, un modo di essere e di pensare: l'innovazione che si contrappone alla tradizione, la gioventù alla maturità, la semplicità contro la complessità, la spensieratezza rispetto all'impegno, l'essere "cool" rispetto all'essere "snob". Un vino diverso, insomma, giovane e conviviale, facile da apprezzare e da condividere con gli amici, anche per chi non ha una grande preparazione in materia. Ad incarnare alla perfezione tali valori ci ha pensato, più di tutti, la Provenza: in un lasso temporale piuttosto breve (una ventina d'anni) si è trasformata da regione vitivinicola semi-sconosciuta in area di enorme successo commerciale. Al punto che il cosiddetto "modello provenzale" dei rosati, fatto di vini scarichi di colore, con aromi fruttati vibranti e gusto fresco, sta condizionando le scelte stilistiche e produttive delle altre aree rosatiste nel mondo. Tra queste l'Abruzzo, terra in cui da sempre il vino rosato ha un nome ben preciso, che ne identifica anche una delle principali caratteristiche: il Cerasuolo. La parola viene dal termine dialettale "cerasa", che sarebbe la ciliegia, e va a richiamare in maniera immediata sia una tonalità cromatica piuttosto carica che una consistenza "masticabile" peculiare, che lo rendono facilmente riconoscibile. Un vino che, nelle sue declinazioni più classiche, si pone esattamente agli antipodi del famoso rosé di Provenza. Tanto che in una regione, l'Abruzzo, che in termini di vini rosa ha il suo peso specifico, sia in termini di volumi che di storia, è in atto un'inevitabile disputa tra chi considera l'alleggerimento - cromatico e strutturale - un processo inevitabile per sdoganare il Cerasuolo fuori regione, e offrirgli palcoscenici più ampi, e chi invece vede proprio in questa sua carica di colore e di sapore un formidabile elemento di identità e differenziazione, in un mercato sempre più omologato e abituato a una bevuta acritica e distratta.

C'è posto per un Cerasuolo leggero e moderno

"Come gruppo Citra serviamo diversi mercati e abbiamo fatto studi approfonditi per capire quale fosse la richiesta in tema di rosati. Il consumatore medio cataloga il Cerasuolo d'Abruzzo nella categoria vini rosati ed è innegabile che nel mondo si stia affermando un modello specifico, quello provenzale, che punta su colori chiari, profumi intensi e freschi, prevalentemente fruttati, corpo leggero, profilo gustativo che gioca tutto sull'agilità e sulla freschezza. Ci siamo accorti che se vuoi vendere in determinati contesti, come quello americano ad esempio, e in alti volumi, alleggerendo lievemente l'intensità cromatica e la struttura dei nostri Cerasuoli d'Abruzzo il mercato risponde bene". Questa la prima riflessione di **Davide Dias**, membro del Citra Wine Team guidato da Riccardo Cotarella, che coordina un colosso che gestisce oltre 6.000 ettari di vigneti in tutte le provincie abruzzesi ed



esporta vini in più di 50 Paesi del mondo. "Non vorrei però ridurre tutto a una questione di moda e di colore - continua Dias -. Sono tante le variabili da considerare. Anche l'elevata concentrazione alcolica, ad esempio, per mille motivi non è vista di buon occhio. I Cerasuoli da 14°-15°, che sono gradazioni normali per l'Abruzzo, rischiano di essere penalizzati. Facendo rosati più chiari, poi, riusciamo anche ad avere una vita sullo scaffale più lunga, perché il decadimento del colore e della freschezza c'è lo stesso, ma è più lento (più è carico e ricco di sostanze, più velocemente il vino è soggetto ad ossidazione). Nell'applicare questi nuovi protocolli di lavorazione abbiamo infine ottenuto anche la riduzione della componente tannica, che inevitabilmente ti porti dietro dalle bucce quando fai estrazioni un po' più lunghe, un aspetto organolettico che sicuramente non piace nei rosati, almeno in quelli da pronto consumo. In definitiva, dico che il Cerasuolo d'Abruzzo può avere tante sfaccettature: in alcune linee e per alcuni mercati continuiamo a produrre Cerasuoli di stampo più classico, quindi più colorati e strutturati. Se l'appassionato vuole un vino tradizionale, più ricco e complesso, da tutto pasto, sa bene dove cercarlo e ci sono tanti produttori che ne fanno di buonissimi. Se invece vuole un rosato più leggero e spensierato, da bere anche lontano dai pasti, credo che il Cerasuolo d'Abruzzo in una versione più light e moderna possa avere un grande successo".

Rispettare l'identità del vino abruzzese del futuro

Chiara Ciavolich, produttrice pescarese schietta e diretta, sulla difesa dell'identità del Cerasuolo d'Abruzzo è più categorica: "Non è un errore seguire le tendenze di mercato: è un fatto con cui tutti dobbiamo fare i conti. Ma è importante dare alle cose il giusto nome. Per il Cerasuolo d'Abruzzo vale l'antico detto "nomen omen": il colore è quello della ciliegia matura, che può avere tante sfumature, più o meno scure, ma che di sicuro non può essere salmone o rosa cipolla. Sotto questo punto di vista, occorre lavorare a livello di spettrogramma, di palette cromatica,

per stabilire che sotto certe tonalità il Cerasuolo non può andare. Ma non è solo una questione di colore, che, se vogliamo, è un cortocircuito mentale di noi produttori; al mercato internazionale non interessa il colore del Cerasuolo perché è un vino sconosciuto, che solo adesso inizia a essere un po' notato, grazie alla tendenza di crescita dei rosati nel mondo e al fatto che si cerchino esperienze di bevuta meno impegnative rispetto a quelle dei rossi importanti. Nel caso del Cerasuolo è anche la struttura e il frutto che fanno la differenza. Il Cerasuolo d'Abruzzo autentico sa davvero di ciliegia, ha un frutto e una masticabilità che gli altri rosati d'Italia non hanno. Anche l'acidità è diversa, c'è più tartarico che malico, quindi in bocca trovi vini freschi di frutto, meno aggressivi, meno pungenti, che sanno meno di mela verde rispetto a tanti rosati comuni. E, poi, non deve per forza essere un vino dell'estate, ma può anche avere una leggera capacità evolutiva:

ci hanno insegnato che i toni aranciati/mattonati sono sinonimo di decadimento, ma un Cerasuolo serio non cede nulla al gusto e all'olfatto. Quella di un colore più cupo e meno brillante, tra l'altro, può anche essere una scelta molto sofisticata in termini di consumo". Sul finale la Ciavolich è ancora più netta: "Per me è il vino abruzzese del futuro, insieme al Trebbiano, perché fa parte di quella categoria di vini sottovalutati e bistrattati, che invece oggi hanno una grandissima potenzialità, perché incontrano un gusto di bevuta attualissimo. Credo davvero sia un momento molto propizio per lavorare sul nostro Cerasuolo d'Abruzzo, a patto di rispettarne l'identità. È un lavoro che va fatto culturalmente anche sulla testa dei produttori, che dovrebbero avere consapevolezza della loro storia, delle loro origini, e difenderle! Chi oggi fa un vino pallido e ingenuo, e scrive in etichetta Cerasuolo d'Abruzzo, non ha rispetto per tutto questo e non ha contatto con la realtà".

Al lavoro sul disciplinare

L'impressione è che nel mondo del vino rosa il colore sia ancora l'elemento principale, ma solo perché l'interesse per questa tipologia di vini si è acceso da troppo poco tempo e siamo ai primordi della sperimentazione. Quando ai rosati sarà data la stessa dignità dei bianchi e dei rossi, il colore sarà una semplice variabile come tante, una pura scelta produttiva. Ma è sempre molto rischioso, per chi ha nella tradizione una storia importante, cambiare radicalmente identità per inseguire un benchmark di mercato. Aspetto che sembra ben chiaro anche all'interno del Consorzio di tutela dei Vini d'Abruzzo, dove si sta lavorando per stabilire dei criteri di tipicità più netti e "blindarli" a livello di disciplinare. Dove sta scritto che non si possa essere eleganti, fini, snelli anche se si è ricchi e colorati? Il Cerasuolo d'Abruzzo tradizionale, vino di apparente "retroguardia", ha tutte le carte per poter diventare la nuova "avanguardia": ma, per spargliare le carte, occorrono regole chiare, vini credibili e capacità di racconto coerente. Perché, alla fine, forse i rosati pallidi che si stappano a fiumi in Costa Azzurra non devono per forza essere il modello unico e imperante.

Davide Dias



Chiara Ciavolich

Un brindisi alle CAPSULE

*studio qualitativo SoWine & Ecole Supérieure des Agricultures d'Angers, 2022

Dettaglio essenziale nel packaging del vino, la capsula sigilla, protegge e completa la bottiglia, come una firma. I consumatori preferiscono acquistare un vino con la capsula*:

Igiene

protegge l'imboccatura e il tappo dalla polvere e dalle contaminazioni esterne.

Garanzia

assicura l'integrità e l'autenticità del vino, in qualità di sistema anticontraffazione.

Immagine

trasmette valore e cura dei dettagli, completa l'immagine e valorizza la personalità del vino.

Distintività

attira lo sguardo a scaffale e facilita la differenziazione all'interno della gamma.

Rituale

dà il via alla cerimonia di apertura della bottiglia, celebrando un momento di convivialità.

Scopri tutte le nostre capsule per vino, liquori, olio d'oliva e aceto www.crealisgroup.com | www.enoplastic.com

enoplastic
PART OF  **Crealis**

Close to you. Open to the future



Uno shop “chiavi in mano” per esportare vini con un click



WirWinzer nasce come startup nel 2010 a Monaco di Baviera per iniziativa di un gruppo di persone appassionate di vino, spinte dal desiderio di dare più voce alle cantine in un mercato, quello tedesco, dominato da tanti intermediari. Da allora la società ha continuato a crescere come marketplace in grado di offrire molteplici tipologie di vini italiani, francesi, tedeschi e austriaci direttamente ai consumatori di Germania e Austria. Nel 2016 è stata acquisita dal gruppo Hawesko, azienda evolutasi a partire da una tradizionale attività di vendita per corrispondenza tramite cataloghi avviata nel 1964, e oggi leader in Germania nella commercializzazione di vini online, con un fatturato di 680 milioni nel 2021. L'acquisizione ha permesso a WirWinzer di disporre non solo di un maggiore capitale economico, ma anche di un più ampio pool di consumatori da connettere con le aziende vitivinicole rappresentate. E di dare vita a nuovi progetti, tra i quali la creazione di una divisione italiana con una propria sede a Verona, attiva da ottobre 2022. Pietra angolare del progetto è Luca, head of business development, precedentemente in carica presso la casa madre bavarese (oltre che proprietario di un vigneto vicino a Verona). È lui a guidare il team Italia, composto da Nicolò, business development manager con esperienza di marketing e comunicazione nel mondo vinicolo, Davide (enologo) e Simone (master in Marketing internazionale del vino), entrambi con ruolo di junior business development manager. Il loro denominatore comune, insieme alla grande passione per il vino, è la giovane età, caratteristica che contraddistingue tutto il gruppo WinWinzer: “Riusciamo così a essere sempre reattivi, a cogliere le novità e a lavorare con vivacità ed entusiasmo”, spiegano. Nel 2020 WirWinzer è diventato il marketplace per vini regionali più grande della Germania. Dall'anno successivo ha iniziato a rivolgersi anche al mercato austriaco attraverso un sito dedicato. Oggi su wirwinzer.de sono presenti 36 mila etichette di oltre 2 mila cantine.

Come avviene il processo

La mission di WirWinzer è dare voce a sempre più aziende vitivinicole, permettendo loro di raggiungere direttamente il proprio pubblico. “Il mercato tedesco è molto difficile, pieno di competitor e di importatori con diritti di esclusiva - spiegano i referenti della divisione Italia -. Siamo rimasti colpiti dal fatto che le cantine italiane non abbiano il diret-

In un mercato complesso come quello tedesco, il marketplace WirWinzer crea un ponte diretto tra cantine e clienti, fisicamente distanti, facendosi carico di tutti gli aspetti burocratici, logistici e di marketing. Con la recente creazione della divisione italiana, situata a Verona, l'offerta si arricchisce di vini provenienti dal nostro Paese, con un'attenzione particolare alle etichette di nicchia. Ulteriori prospettive di crescita sono legate a nuovi progetti che si concretizzeranno nel breve termine

to controllo sul destino dei loro vini a livello di consumatore finale in Germania, e purtroppo, anche a causa di scelte commerciali un po' avventate, spesso capita di trovare vino italiano venduto sottoprezzo o non adeguatamente valorizzato”. D'altro canto, si tratta di un mercato appetibile, dove ogni anno scorrono quasi 20 milioni di ettolitri di vino (il 16% italiano) generando un giro d'affari da 17 miliardi di euro, stando ai dati forniti dall'azienda. L'online, che attualmente assorbe l'11% degli acquisti di vino effettuati in



Germania, rappresenta un'interessante integrazione ai canali di vendita più tradizionali. “Noi facciamo in modo che il produttore riesca a mantenere comunque il controllo del proprio brand: è infatti lui a decidere il prezzo e a scegliere quali referenze mettere online e quali no. Alla cantina diamo lo shop ‘chiavi in mano’, nel senso che potrà sempre modificare i prodotti, togliere o aggiungere referenze, cambiare i prezzi e fare promozioni. Il nostro dipartimento di marketing è in grado di intercettare i trend e di assistere i clienti nell'elaborare promozioni, tuttavia sarà poi sempre la cantina a decidere liberamente se applicarle o meno”, sottolineano gli intervistati. L'acquisto sul sito ha luogo come se avvenisse direttamente tra cantina e consumatore. Una volta che il cliente fa l'ordine, questo arriva direttamente alla cantina, la quale decide se accettarlo, ritardarlo o rifiutarlo (ad esempio, nel caso abbia esaurito i cartoni per la spedizione). Se accetta l'ordine ottiene automaticamente il DDT da inserire nel collo e scarica l'etichetta di spedizione da applicare all'esterno. Il vettore ritira la merce e la spedisce in Germania. Lo sdoganamento è gestito da WirWinzer tramite Alpentrans, che emette i documenti e li rende disponibili per il download. A questo punto il vettore può consegnare i vini direttamente al cliente in Germania. “Noi organizziamo la spedizione e lo sdoganamento facendoci carico delle spese, assumendoci le responsabilità in caso di problemi come rotture o mancato recapito, pagando la tassa sui rifiuti in Germania e offrendo il servizio di customer service per rispondere a dubbi o lamentele del cliente finale. La cantina

deve solo impacchettare le bottiglie, il resto lo facciamo tutto noi”.

Prospettive di crescita

L'offerta di vini italiani sul sito di WirWinzer non si limita ai più conosciuti, come Primitivo, Lugana, Prosecco o Chianti, per citarne alcuni, ma include anche etichette provenienti da zone non famose, che non hanno ancora ricevuto il riconoscimento che meritano. “Diamo la possibilità anche a cantine di nicchia di farsi conoscere, raggiungere i clienti e vendere - rivelano con soddisfazione dal team Italia -. Parallela- mente offriamo agli amanti del vino un accesso diretto a prodotti di qualità. Nel tempo abbiamo conquistato la fiducia di un ampio portafoglio di clienti, che teniamo aggiornati tramite le nostre newsletter tematiche”. Oltre a gestire tutto il processo commerciale, incluso l'iter burocratico, WirWinzer si fa carico anche degli aspetti più prettamente di marketing, a partire dalla presentazione dei prodotti sul marketplace. Qui la provenienza geografica viene messa in grande risalto: di ciascuna regione italiana da cui provengono i vini commercializzati sono descritti i territori, il clima, i vitigni e, ovviamente, le caratteristiche dei vini, con foto a corredo. “Dalle cantine che rappresentiamo ci facciamo fornire informazioni sulla loro storia e sui vini prodotti. Se non dispongono di foto provvediamo noi a scattarle, a nostre spese. Poi pensiamo noi a inserire il tutto sul sito”, spiegano i responsabili. Prima di essere messi online, i testi che arrivano dalle cantine vengono affidati a una società di marketing che li riscrive in ottica SEO (Search Engine Optimization) in modo che i motori di ricerca riescano a trovarli più facilmente. Oltre a SEO vengono impiegati strumenti di marketing online come SEA (Search Engine Advertising, ossia annunci nei motori di ricerca) per raggiungere efficacemente i consumatori finali. “La pubblicità dei vini sul nostro sito è completamente gratuita, non chiediamo alle cantine fee di ingresso o sottoscrizione di abbonamenti ma solamente la provvigione sul venduto - chiariscono gli intervistati -. Finché la cantina non vende non paga nulla. Nell'insieme tutte queste strategie ci hanno permesso di continuare a crescere e anche dopo il boom registrato con la pandemia stiamo riuscendo a mantenere un buon andamento. Ma non ci fermiamo qui: nei prossimi mesi realizzeremo ulteriori progetti per perseguire il nostro obiettivo di rendere il vino da noi selezionato disponibile a un numero di clienti sempre maggiore”. C.R.

Vendiamo i vostri vini in Germania
Il più grande marketplace del vino vi attende

WIRWINZER
BESTE WEINE DIREKT AB HOF

UN MERCATO DI NICCHIA ESTREMAMENTE INTERESSANTE SOPRATTUTTO PER IL VALORE



Affinamenti in legno e “Rosés de terroirs”, la produzione transalpina si scopre molto più ampia e variegata di quanto si pensi. Bandol e Tavel, ma anche Châteauneuf-du-Pape, Monbazillac, Arbois e Cassis, le zone vitivinicole dove non esiste solo il rosa pallido. Un fenomeno ancora piccolo ma pronto a fare squadra, anche all'estero con Cerasuolo d'Abruzzo in Italia e Cigales in Spagna

Vini rosa e invecchiamento, in Francia non c'è solo la Provenza

Molte tendenze e tanti nuovi mercati sono stati creati in Francia, tra questi negli ultimi due decenni vanno sicuramente citati i vini rosati. Un successo che vede protagonisti i produttori provenzali e che non conosce crisi: nel 2002, a livello mondiale, si vendevano 19,6 milioni di ettolitri di rosé, oggi sono diventati più di 24! In pratica, ora come ora, una bottiglia su dieci, nel mondo, è di vino rosato. E la maggior parte viene venduta l'anno immediatamente successivo a quello della vendemmia. Da qualche tempo però sta emergendo una nuova tendenza, quella che potremmo definire genericamente dei “rosati invecchiati”, ovvero nuove produzioni che in Francia è forse più corretto definire come “rosati di terroir” se ci riferiamo a una produzione specifica, o addirittura “rosati gourmet”, vini specificamente pensati per un determinato e ideale abbinamento con il cibo. Parliamo ancora di una nicchia di mercato molto specifica, che magari impatta poco sui numeri globali dei rosati ma che tuttavia ha dei riflessi interessanti anche su altre tipologie, entrando in competizione con alcuni bianchi o anche con rossi leggeri. Quando è il momento del vino rosato, in Francia e probabilmente in tanti altri Paesi del mondo, si pensa al sole, al mar Mediterraneo e ai... vini della Provenza. Dunque ai rosati, magari per un aperitivo di classe. Per quanto riguarda questa particolare zona del sud-est della Francia, che è ancora riferimento nel mondo produttivo globale, la degustazione alla cieca non mente mai: un rosato di Provenza è sempre una

bomba di freschezza, con aromi tipici come frutta esotica, litchi, ananas, molti agrumi e una notevole salinità sul finale, accompagnata da piacevoli note amarognole in chiusura, frequentemente assimilabili al pompelmo. Spesso questi vini, ottenuti con una breve macerazione pellicolare, affinano in bottiglia solo 3 o 4 mesi, e la maggior parte di loro viene bevuta durante l'estate successiva. Tutti sanno quanto sia breve questo particolare ciclo produttivo, che si conclude con prezzi al consumatore finale che solitamente si aggirano intorno ai 10 euro a bottiglia.

Se questo specifico mercato è ormai molto maturo, e copiato un po' ovunque, c'è da capire come invece si sta posizionando ed evolvendo il segmento dei rosati affinati. E quando si parla di vini rosati, il “Centre du Rosé” in Provenza è ovviamente il primo tra gli istituti di ricerca dove si possono reperire analisi utili a chiarire questi nuovi concetti. O forse no...

Troviamo anzitutto la definizione giusta...

“Sì, ma prima di tutto esiste una questione di semantica. Di cosa stiamo parlando nello specifico? - ci ha chiesto Gilles Masson, direttore francese del Centre du Rosé -. Da un punto di vista scientifico, per essere più pertinente, dovremmo infatti cercare di descrivere l'argomento e contestualizzare ciò di cui stiamo parlando. Si tratta dell'elaborazione di un vino, della sua durata temporale o della sua origine? Ad essere onesti, molte cose che possiamo sentire al giorno d'oggi appaiono

più come un'antitesi al concetto predominante di vino rosato stesso, intendendo con ciò quello incarnato dai vini rosati della Provenza. Questi nuovi rosati sembrano più propriamente rappresentare una controproposta”.

Quindi, in un certo senso, questa nuova idea di rosato potrebbe diventare un problema per i vini rosati della Provenza che, negli anni, hanno costruito quello che possiamo definire un vero e proprio modello? “No, in Provenza siamo aperti a tutti i tipi di vini rosati, della nostra regione o da altre zone del mondo. Ma, se vogliamo costruire qualcos'altro, il solo essere in opposizione allo stile provenzale penso non basti. Prima dobbiamo definire con precisione di cosa stiamo parlando”. Se i produttori di vini rosati della Provenza sono riusciti a vendere in tutto il mondo, è anche perché sono stati molto determinati e attenti molti anni fa. Hanno definito una strada da seguire e hanno costruito gli strumenti di cui avevano bisogno per raggiungere i loro obiettivi. Quindi, per provare ad entrare nel tema di

di CHRISTOPHE ANDRIEU

questi vini rosati “diversi”, si potrebbe parlare di “vini rosati a lunga evoluzione” o di “vini rosati invecchiati”? “Non sono d'accordo - continua Masson -. Non credo siano questi i termini adatti. In primo luogo, non è molto corretto prendere a prestito parole specifiche, solitamente utilizzate per i vini rossi. Ma posso capire che da certi vini rosati ci si possa aspettare di più... ovvero si possano avere anche altre aspettative! Questo tema è in realtà molto interessante. Ma, nel concreto, di quali vini rosati parlo? Ottenuti con che tipo di elaborazione? Quando si parla di vini invecchiati, è perché si spera che il vino, dopo, sia migliore. Ma quando? Un anno dopo? Oppure tra tre, cinque o anche altri dieci anni? E se vogliamo produrre questi vini rosati come li facciamo? In realtà, non ho alcuna risposta certa”. È facile immaginare che questo rigore scientifico non trovi le giuste spiegazioni in alcuni discorsi più prettamente commerciali, magari supportati da specifici studi di marketing. Ma, se parliamo di vini rosati particolari, affinati in legno...

“È una specie di riflesso arcaico. Come per i vini rossi, stiamo proponendo l'affinamento in legno. Perché no? Potrebbe essere interessante. Il legno è in grado di donare nuovi aromi e anche altri gusti, con l'invecchiamento in rovere abbiamo anche la possibilità di fornire al vino alcune ossidazioni precoci se vogliamo. Ma il legno non è l'unica opzione disponibile quando si pensa all'invecchiamento di un vino, in particolare di quelli rosati. E non è solo una questione di tempo. Questi tipi di vino devono essere anche concepiti in anticipo tramite le giuste scelte varietali, la data della vendemmia o il modo di fermentare. Un vino rosato invecchiato deve essere ideato molto prima dell'invecchiamento”.

Essendo un centro di informazione e ricerca molto prolifico, l'opinione del Centre du Rosé è sempre molto interessante: “Nella realtà operativa si fanno tante cose. È un tema interessante, un po' complesso, ma la questione di questo tipo di vino rosato dovrebbe diventare più definita in futuro. In realtà non sono in grado di valutare l'opportunità relativa a questa categoria di vini, ma dobbiamo tenere presente che i vini rosati sono liberi di autodeterminarsi. Può quindi essere che i vini di colore rosa possano voler continuare a ricercare il consenso e le aspettative dei consumatori, anche quando questi ultimi chiederanno quindi di bere vini rosati più invecchiati, sei mesi o anche oltre. Ma non credo che gli approcci che abbiamo visto fino ad ora siano quelli corretti”. E parlare con Gilles Masson di gastronomia, o di “rosé gourmet”, è decisamente una specie di... invito alla discussione! “È un'espressione limitante, non trova? È



GILLES MASSON @agencecameleon



P&P Promotion

L'ARTE CHE VALORIZZA E RENDE UNICO IL TUO PRODOTTO

Strada Canelli 111Bis, Costigliole d'Asti (AT) Tel. +39 0141 843504 info@pppromotion.it
www.pppromotion.it

LE NOSTRE LAVORAZIONI

- SERIGRAFIA METALLI PREZIOSI
- STAMPA INDIRETTA
- APPLICAZIONI PERSONALIZZATE
- EFFETTI SPECIALI
- CMCV²: CAMBIO MOLECOLARE DEL COLORE DEL VETRO
- CAMBIO MOLECOLARE CON COLORI VETRIFICABILI



PHILIPPE CHAUVIN



un termine piuttosto divisivo. Significa che in Provenza facciamo vini rosati solo per l'aperitivo? In realtà, i produttori di vino provenzali stanno producendo molte 'bombe atomiche', probabilmente non abbiamo mai fatto così tanti buoni vini rosati come ora. Quindi potrebbe essere difficile sentir dire, o affermare, che questi vini non possono essere anche vini gastronomici o gourmet!".

Un mercato piccolo ma dai valori spesso elevatissimi

Visto che è il luogo "cult" per la tipologia rimaniamo lì, nel sud-est della Francia, per guardare ad alcuni vini rosati invecchiati. Da qualche anno infatti grandi cantine della zona hanno iniziato ad affinare alcune delle loro cuvée. Château d'Esclans (la famosa cantina acquistata dal gruppo Lvmh) è una di queste realtà, che è arrivata sul mercato però con prezzi esorbitanti (circa 115 euro a bottiglia). Assaggiando queste etichette si nota ovviamente come si tratti di rosati più vinosi, leggermente migliori rispetto alle tipologie "base", ma visti i prezzi sono evidentemente riservati solo a pochi fortunati. Per le stesse cifre si può comprare una cassetta completa di vini rosati, anch'essi pregiati, ma anche di bianchi o rossi di qualità. Per acquistare dunque un buon rosato della Provenza, che abbia alle spalle un lungo processo di invecchiamento ma anche un prezzo ragionevole, dobbiamo guardare al famoso Clos Cibonne, facendo conoscenza con un produttore che da tantissimo tempo è affascinato dall'invecchiamento in rovere.

Nella regione della Provenza

esiste anche una denominazione più piccola ma molto famosa, Bandol. In passato l'area produceva solo alcuni ottimi vini rossi, ancora oggi molto apprezzati, principalmente a base di uve Mourvèdre. Da trenta anni circa Bandol, che è anche un posto molto turistico, ha visto esplodere la produzione di rosati, con risultati molto interessanti. Ed anche un po' diversi dai vicini vini di Provenza. I rosati di Bandol si sono subito fatti notare per la loro personalità. E con questi vini a base di Mourvèdre "l'idea di invecchiare i rosati non è sembrata poi così stravagante" ha spiegato Philippe Chauvin, dell'azienda vinicola "Font des Pères", che produce 55.000 bottiglie all'anno (30% di rosati, 50% di vini rossi e 20% di vini bianchi). "La nostra varietà principale, il Mourvèdre appunto, è assolutamente adatta al processo di invecchiamento. Per cui la produzione di rosati invecchiati non è una grande sorpresa qui a Bandol. Molti altri produttori, alcuni dei quali piuttosto famosi, stanno producendo ottimi rosati invecchiati - conclude Chauvin - sapendo già che tali bottiglie avrebbero potuto ben conservarsi per anni". Per citare alcuni di questi vini, non possiamo che partire da La Begude o Château Pradeaux, sicuramente tra i più famosi dell'area. Ciò che rende originale la produzione di Philippe Chauvin è che, nel suo caso, esiste solo "un" modo di produrre il vino. "Noi non facciamo un vino che deve essere bevuto durante l'estate e un altro da consumare invece qualche mese, o anche anni, dopo. È sempre lo stesso vino! Nel 2015 abbiamo scoperto che alcuni

dei nostri rosati più vecchi erano ancora freschi e interessanti, con in più alcune nuove note aromatiche. Ora ogni annata teniamo da parte alcune bottiglie. Con una sola etichetta abbiamo, quindi, due vini!". Non è certo che questa capacità possa essere trasposta ovunque, e potrebbe esserci un "segreto" celato dietro questa produzione, ma quale? "Il nostro segreto principale è il Mourvèdre. Senza questo tipo di uva sarebbe stato impossibile produrre dei rosati strutturati". Nel vigneto di Font des Pères, il 15% della produzione è vinificata in botti di rovere: "Noi non vogliamo sentire l'odore del legno nei nostri vini, crediamo che l'uso della botte sia importante, ma deve avvenire con leggerezza e attenzione. E per noi è fondamentale prenderci del tempo. Il mercato del rosato vive sotto la tirannia assoluta dell'annata, tutti vogliono imbottigliare i propri rosati il prima possibile per poterli vendere rapidamente. Noi abbiamo deciso di prendere una strada diversa, perché preferiamo effettuare il nostro imbottigliamento entro marzo e talvolta entro aprile se necessario (nella Aoc Bandol è vietato imbottigliare il vino prima della fine di febbraio, ndr)".

Una nicchia, non solo per questioni di gusto

Se dunque alcuni produttori, e quelli di Bandol sono piuttosto famosi per questo, fanno vini rosati invecchiati probabilmente significa che questi nuovi vini rosati hanno un mercato e, perché no, un futuro? Almeno come nuova tendenza... La risposta di Chauvin non lascia né dubbi né spazi di manovra: "No! È un mercato di

nicchia, punto e basta. E non è necessariamente una questione di gusti del consumatore. La maggior parte dei nostri vini viene venduta presso la nostra azienda vinicola, il nostro negozio o nel nostro ristorante. Noi organizziamo molte serate con i nostri clienti e con una certa frequenza facciamo degustazioni alla cieca. Ad esempio, quest'anno abbiamo messo in comparazione la nostra cuvée 2022 con l'annata 2019 e la maggior parte dei nostri clienti preferiva il millesimo più vecchio. Parlando con loro abbiamo capito che in realtà preferivano genericamente i vini invecchiati, anche e soprattutto quando si tratta di vini rossi. Coloro che amano i vini rosati solo per la freschezza e il carattere fruttato, dunque, continueranno a preferire il rosé più giovane".

Questo approccio è piuttosto interessante perché indica che potrebbe essere possibile trasporre i gusti naturali dei consumatori nel mercato reale: "Potrebbe essere, ma potrebbe avvenire solo se i professionisti facessero il lavoro - continua deciso Chauvin -, intendo dire se le enoteche o i sommelier volessero dare sfogo ai loro ambiti operativi. Ma non funzionano. La maggior parte di questi operatori sono poco attivi e seguono passivamente i mercati e le abitudini. Si tratta di una sorta di pigrizia intellettuale: è più facile vendere ogni anno il rosato dell'ultima vendemmia e poi sostenere che si tratti di una scelta del consumatore, anche se questo magari non è vero. Quando fai la degustazione alla cieca, alcuni consumatori preferiscono i rosati invecchiati. Ma noi siamo solo

produttori e non siamo certo coloro che creano le tendenze...". In ogni caso un rosato invecchiato è ben diverso da uno d'annata, come si potrebbe descriverne le differenze in modo semplice? "È molto facile - replica Chauvin - i giovani sono acuti e brillanti e le persone mature sono più rotonde e più complete. Lo stesso vale per i vini rosati. I vini più vecchi perdono un po' di frutta e acidità ma acquistano molta complessità". Con una tale definizione, possiamo anche considerare che vini rosati più strutturati potrebbero quindi andare in competizione con alcuni vini rossi, che poi rappresentano un mercato in calo: "Non ne sono sicuro, dipende. Nella nostra denominazione per i vini entry level, intendo sotto i 10 euro, certamente è finita. Ma ci sono ancora ottimi mercati per i nostri vini rossi di fascia alta, con un prezzo di 35 euro a bottiglia. Quindi non credo che i vini rosati invecchiati sostituiranno alcuni vini rossi, rappresentano una nuova tendenza - conclude Chauvin - ma ribadisco che sono solo un mercato di nicchia". Vista la passione di lungo corso del proprietario di Font des Pères per il caviale, è stata troppo forte la voglia di proporre come chiusura della chiacchierata il suo abbinamento cibo-vino preferito: "Il caviale e un ottimo rosato invecchiato sono semplicemente divini".

I "Rosés de terroirs"

Oltre alla minoritaria, per ora, tendenza dei vini rosati invecchiati, in botte o meno, il mercato francese ha iniziato a fare la conoscenza anche di un nuovo nome, quasi un marchio, i cosiddetti "Rosés de terroirs". Sulla mappa francese delle Aoc i primi cinque in assoluto sono stati Arbois, Cassis, Châteauneuf-du-Pape, Monbazillac e... Tavel. Posizionata nel sud della Valle del Rodano, nel dipartimento del Gard, quest'ultima denominazione è assolutamente emblematica di quello che era un rosato prima del grandioso successo dei vini di Provenza, a cominciare dal colore chiaro, commercializzati in tutto il mondo. "Tavel rappresenta un luogo storico dei vini rosati in Francia", esordisce Guillaume Demoulin di Château Trinquevede, che è



LA NUTRIZIONE INTELLIGENTE
PER UNA SOLUZIONE COMPLETA E SICURA



ALEA-EVOLUTION.COM
/nutrienti-ed-attivanti

GUILLAUME DEMOULIN



ROSÉS DE TERROIRS

anche presidente della denominazione. “Il nostro modo di lavorare consiste nel fare vini che prima erano definiti claret, ma anche vini rossi leggeri, per quanto la nostra storia di identifica anche con rosati da macerazione. In effetti nell’area di Tavel scegliamo sempre la macerazione piuttosto che la pressatura diretta. Oltre a questa tecnica, la nostra denominazione, che conta circa 900 ettari, è anche ben nota per i suoi diversi terroir: il primo è caratterizzato da ciottoli smussati, come a Châteauneuf-du-Pape; il secondo detto di ‘lauze’, è contraddistinto dal tipico calcare della regione; il terzo è costituito da sabbie e argille”. Con una lunga tradizione nell’assemblaggio di alcune varietà (Cinsault, Clairette, Syrah) oltre alla produzione di Grenache, Tavel ha costruito una propria forte reputazione sui vini rosati già da molto tempo. “La maggior parte dei nostri vigneti è certificata bio e non lavoriamo i nostri terreni per poter conferire un’acidità naturale ai vini che ne otteniamo. Inoltre, di solito raccogliamo le uve quando hanno raggiunto un’elevata maturità. Tutto questo fornisce il gusto del nostro terroir. Dopo 24 o 48 ore, a volte anche 72 ore, recuperiamo il succo di sgrondo e lo aggiungiamo a quello della pressatura. Ecco perché i nostri vini sono, al gusto, più o meno intensamente vinosi”. Ed ecco anche perché il colore è così pronunciato (l’intensità dei rosati di Tavel deve essere compresa tra 0,5 e 3, considerando che solitamente i vini della stessa tipologia hanno valori inferiori a 0,5, ndr).

Un percorso comune

Certo, con l’incredibile impatto dei vini rosati in stile provenzale sui mercati, i vini di Ta-

vel essendo piuttosto colorati (come il Cerasuolo d’Abruzzo in Italia o il Cigales in Spagna) per un certo periodo non sono stati considerati “alla moda”. “Naturalmente eravamo diversi. Non si trattava però, per noi, di annullare il nostro riconosciuto know-how, quanto, invece, di capire come rispondere al mercato e come affrontare questa competizione. Quindi, abbiamo deciso di riunire vini da diverse denominazioni che avessero però la nostra stessa filosofia, per fare un percorso comune”. E da qui è nata, dieci anni fa, una nuova associazione, quella appunto dei “Rosés des terroirs”. I viticoltori di Tavel hanno trovato facilmente e rapidamente altri rosati “diversi” in Francia, come a Bandon o a Riceys, così come nella regione vinicola di Toul (non lontano da Metz) nel Nord, ma anche fuori dai confini, in Italia con il Bardolino Chiaretto e altre produzioni in Sicilia ad esempio. Guillaume Demoulin si dice assolutamente orgoglioso di essere il co-fondatore di questa nuova associazione.

“Non stiamo coinvolgendo denominazioni complete e nemmeno intere aziende vinicole. Stiamo solo raggruppando singole cuvée. Significa che un enologo può avere uno dei suoi vini nella categoria ‘rosés de terroirs’ ma può produrre altre etichette, compresi, perché no, rosati molto leggeri. Questo non è un problema, la nostra giuria di esperti giudica una cuvée solo per le sue qualità. Se regala emozione e originalità, è per noi di interesse. Se il vino quindi è ben fatto, possiamo coinvolgere la cuvée e continuare così a difendere i tanti rosati ‘diversi’”. Attraverso l’associazione molti viticoltori hanno potuto scambiare idee sulle rispettive tecniche, così facendo si sono confrontati anche, ovviamente, sull’invecchiamento. D’altronde i “rosés de terroirs” possono essere vini dell’ultima vendemmia ma, in effetti, molti produttori sono concentrati proprio sul processo di invecchiamento. “Anche io ho una delle mie cuvée rosé prodotta secondo uno stile ‘invecchiato’ - racconta Demoulin

-, si chiama ‘Vignes d’Eugène’. Ho già provato il processo di fermentazione in ‘demi muid’ (termine francese per botte in rovere della capacità di 600 litri, più grande quindi del tonneau, tipica della Valla del Rodano, ndr), ma di solito per il mio rosato invecchiato preferisco una lunga macerazione, seguita, dopo la fermentazione alcolica, da quella malolattica svolta in questa sorta di tonneau, e poi un lungo affinamento di dodici mesi”. Un percorso non facile, ci è voluto del tempo per trovare il risultato perfetto, come spiega ancora Demoulin: “All’inizio riscontravo un eccesso di aromi di rovere ma non sono sicuro che i vini rosati invecchiati abbiano bisogno di molta quercia. Anche il tino in cemento e quello ovoidale sono perfetti. E chi pensa che affinare un rosato in rovere sia sufficiente per avere dei vini invecchiati perfetti commette un grosso errore. Ora produco il vino rosato invecchiato che consideravo, ha perso un po’ di freschezza e di frutto, ovviamente, ma ha guadagnato molta complessità e profondità. Una parte del vino viene affinato in ‘demi muid’ e l’altra parte in contenitori ovoidali. La fermentazione malolattica stabilizza il vino, dona un corpo pieno e rotondo che origina un prodotto morbido e strutturato”. Un lavoro così accurato su un vino rosato invecchiato potrebbe aiutarlo a vivere più a lungo. Ma quanto tempo? “È un po’ difficile da stabilire - continua

il presidente della Aoc Tavel -, non abbiamo la stessa struttura tannica di un vino rosso. Diciamo che per essere accettati nella nostra associazione, Rosés des Terroirs, i nuovi membri devono prima portare una cuvée di almeno un anno di età. Di solito però i nuovi produttori portano alcune cuvée invecchiate anche due o tre anni, e la degustazione di questi prodotti spesso è incredibile. Ricordo ad esempio un nuovo viticoltore che è venuto con una cuvée di 10 anni dalla zona di Ricey. Noi a Tavel non siamo abituati a conservare i nostri vini così a lungo, ma non è detto che non possa succedere, vediamo. Stiamo iniziando solo ora il processo. Idealmente, sarebbe bello se potessimo condividere il percorso di affinamento tra produttori, enoteche e persino consumatori, ma non sarà facile da spiegare”.

La questione cruciale: cosa pensano consumatori e venditori?

Ma ecco la vera questione, quella cruciale. Cosa pensano consumatori e venditori di questi vini rosati? “Dieci anni fa rappresentavano né più né meno un peculiarissimo mercato di nicchia - specifica Demoulin -, conosciuto solo da pochissime persone. Ora, penso che la situazione stia cambiando un po’. Sta arrivando una nuova

generazione di enoteche e di sommelier. Sono più intraprendenti e innovatori rispetto alla generazione precedente. Alcuni operatori sono affascinati dalle molteplici sfaccettature dei nostri rosati tipici, amano la loro complessità che, talvolta, rappresenta una buona risposta in termini di possibilità di abbinamento cibo-vino. I nostri vini rosati sono fatti su misura per la gastronomia”. Si può dunque parlare dei rosati invecchiati come di una vera tendenza? Probabilmente no. Certo rappresenta un vero e proprio tesoro della diversità. Pochissime denominazioni o produttori sono in grado di invecchiare veramente i loro vini rosati. E se non esiste una definizione specifica per questa tipologia probabilmente è perché si tratta di prodotti pochissimo diffusi e riservati a un numero ristretto di persone. Alcuni intenditori avranno la fortuna di assaggiarli e berli con grande soddisfazione. Nonostante questo c’è da scommettere che il mercato di massa continuerà a promuovere i vini rosati d’annata, prevalentemente dalla molto chiari e dallo stile “provenzale” classico. I produttori del sud-est della Francia possono quindi andare a letto tranquilli, il modello che hanno creato molti anni fa sembra essere ancora molto forte. *Christophe Andrieu*



Il clima alpino è l'essenza delle nostre botti.

Il particolare clima Alpino molto soleggiato, ma con una fresca aria di montagna, è la condizione ideale per la stagionatura e la maturazione del legno. Le nevicate invernali e le piogge estive garantiscono la pulizia dei tannini più duri, in questo modo solo gli aromi più delicati ed eleganti verranno ceduti ai vostri vini.

www.pauscha.at
office@pauscha.at

IL TAGLIO

La rubrica dedicata alla comunicazione del vino



TERRITORIO O VARIETALE

Da dove parte la comunicazione efficace del vino?

Non esiste una sola risposta a questa domanda. Dipende da quale dei due aspetti è più rilevante e può far leva per creare valore

di FRANCESCO MINETTI*

Buona parte della comunità internazionale del vino ritiene ormai che le strategie di comunicazione vincenti siano quelle in grado di creare un legame indissolubile con il territorio. Questo per un semplice motivo: se si vuole creare un marchio, occorre differenziarsi. Ma la differenziazione può essere basata su elementi replicabili, esportabili, non proteggibili. Quindi non rappresenta un vantaggio competitivo sostenibile nel lungo termine, perché può essere copiato. I disciplinari di produzione, oltre a definire e salvaguardare la qualità della produzione del territorio, hanno proprio questa funzione. Sanciscono in modo chiaro e indiscutibile i confini geografici di produzione e definiscono una volta per tutte la marca. Già, perché è evidente che le denominazioni di origine sono a tutti gli effetti “brand collettivi”, che possono essere utilizzati o meno come

leve aggiuntive di costruzione della marca aziendale. Ora, se da una parte nessuno può negare lo status quo, cioè che Champagne, Bordeaux, Barolo, Chianti Classico e altre denominazioni sono ormai brand internazionali riconoscibili anche dai consumatori finali (e che vengono utilizzati come asset di comunicazione anche dai grandi brand aziendali), ciò che non è ovvio è come avviare una strategia di posizionamento di tali marchi collettivi.

Varietale e territorio

I due aspetti su cui focalizzare l'attenzione sono i varietali e l'attrattiva turistica dell'area. Cominciamo dal primo e poniamoci una domanda. Ci sono varietali autoctone che sono rappresentative della zona in termini di ettari vitati e non hanno trovato altri terroir elettivi? Questo è potenzialmente un asset rilevante,

ma se nessuno conosce questa varietà, ha senso puntare inizialmente su questo elemento? L'unica opzione di comunicazione, inizialmente, è presentare la varietà *in relazione* a un'altra più nota. “Ti piace il Nebbiolo? Prova il Grignolino!”. Tuttavia, questa strategia d'ingresso colloca il nuovo varietale in una posizione ancillare rispetto al metro di paragone. Meglio che niente: comparare è la prima e fondamentale forma di conoscenza. Se invece l'area di produzione ha flussi turistici rilevanti, o elementi distintivi forti, la strategia può essere diversa. Si porta avanti il territorio con la sua potenzialità evocativa e in seconda battuta si parla di ampelografia. Due territori che stanno facendo scintille a livello mondiale sono Etna e Santorini. Che hanno anche grandi vitigni alle spalle, Nerello e Assyrtiko, ma che giocano per prima la carta dell'unicità paesaggistica.

La strategia dei top player

E se non c'è né uno né l'altro? L'unica chance è avere almeno due o tre produttori illuminati, personalità che investano e possano diventare alfieri e ambasciatori del territorio emergente nel mondo. Bolgheri *docet*. In questo caso, tutti i produttori associati al Consorzio hanno la necessità di comprendere che la visibilità e la reputazione che i top player accumuleranno per i loro marchi aziendali sarà un giorno trasferita alla denominazione, e rappresenterà quindi moneta corrente sui mercati. In ogni caso, ci permettiamo un piccolo suggerimento: il nome del varietale non dovrebbe essere mai incluso nella denominazione, ma si dovrebbero sempre e solo usare toponimi attualmente in uso. È l'identità di un territorio che crea la forza del suo vino. Anche se non so perché, in Italia, questa lezione sembriamo non averla ancora imparata.

* Francesco Minetti è ceo di Well Com, agenzia italiana specializzata nella comunicazione internazionale del vino italiano

IL CORRIERE VINICOLO

DIRETTORE EDITORIALE
PAOLO CASTELLETTI

DIRETTORE RESPONSABILE
GIULIO SOMMA g.somma@uiv.it

CAPOREDATTORE
CARLO FLAMINI c.flamini@uiv.it

REDAZIONE
ANNA VOLONTERIO a.volonterio@uiv.it

HANNO COLLABORATO
Fabio Ciarla, Vittorio Ferla, Andrea Guolo, Angelo Peretti, Franco Santini, Christophe Andrieu, Aldo Lorenzoni, Luigino Bertolazzi, Giacomo Morreale, Giancarlo Babbo, Annarita Panighel, Mirko De Rosso, Lorenzo Lovat, Daniele Migliaro, Riccardo Flamini

GRAFICA
ALESSANDRA BACIGALUPI, ALESSANDRA FARINA

SEGRETERIA DI REDAZIONE
tel. 02 7222 281, corrierevinicolo@uiv.it

PROMOZIONE & SVILUPPO
LAURA LONGONI (desk), tel. 02 72 22 28 41, l.longoni@uiv.it
GIORGIO GORIA, cell. 346 7867907, g.goria@uiv.it

GIORDANO CHIESA, cell. 335 1817327, g.chiesa@uiv.it
Grafica pubblicitaria: grafica.editoria01@uiv.it

ABBONAMENTI
VALERIA VALENTINI, tel. 02 72 22 28 48
abbonamenti@corrierevinicolo.com

Associato all'Unione Stampa Periodica Italiana



UNIONE ITALIANA VINI
SERVIZI
aderisce al progetto europeo
WINE-MODERATION
CHOOSE | SHARE | CARE

Il titolare del trattamento dei dati e responsabile del rispetto del reg. 679/UE è Unione Italiana Vini Servizi soc. coop. Sede legale: via San Vittore al Teatro, 3, 20123 Milano, a cui ci si può rivolgere per i diritti previsti dal REGOLAMENTO UE 2016/679 sulla protezione dei dati. Per ogni chiarimento scrivi a privacy@uiv.it. Informativa completa sul sito <https://www.unioneitalianavini.it/privacy-policy/>

FIPAL®

Soluzioni per inizio e fine linea
Linee complete “Chiavi in mano”
Industria 4.0
Supervisione AI

Felegara (PR) Italy | info@fipal.it
Tel. +39 0525431199 | www.fipal.it



**IL TERZO COLORE
DEL VINO NASCE, A VOLTE,
DIRETTAMENTE IN VIGNA**

di **ALDO LORENZONI** e **LUIGINO BERTOLAZZI**
Enologi, fondatori di G.R.A.S.P.O. (Gruppo di ricerca
ampelografica per la salvaguardia e la preservazione
della originalità e biodiversità viticola)



Andiamo alla scoperta di vitigni dalla buccia chiara o scura, in funzione del punto di partenza, per renderci conto che la variabilità ampelografica travalica i limiti che comunemente le imponiamo. Quattro vitigni che danno vita "naturalmente" a vini rosa, per riscoprire radici e tradizioni perlopiù dimenticate dalla narrazione dominante che vuole il terzo colore solo come frutto di una scelta di cantina

ORIGINARIAMENTE ROSA

Se nel Registro nazionale delle varietà di vite sono ad oggi iscritti ormai più di 700 vitigni sia a bacca bianca che a bacca nera, testimoniando la ricchissima biodiversità viticola del nostro Paese, non sono tantissime invece le varietà registrate a bacca rosa. Si tratta di una manciata di uve che potremmo definire naturalmente rosa. In ordine sparso troviamo il Canaiolo Rosa, che dal 1982 fa compagnia al Canaiolo Bianco ed al Canaiolo Nero, così come il Licronaxu Rosa, varietà sarda iscritta nel 2019 come mutazione naturale del Licronaxu Bianco. Esistono poi la Malvasia Rosa, iscritta nel 1991 dall'Università di Piacenza, e il Moscato Rosa proposto dalle Provincie autonome di Trento e Bolzano nel 1971, oltre al Nuragus Arrubiu come probabile mutazione del Nuragus, iscritto dal 2019 per merito di Agris Sardegna. Da Roma arriva invece la Rosciola Rosa, iscritta nel 2009 per opera del Cra (oggi Crea) di Conegliano e Velletri, Rosonadu Rosa è invece un terzo vitigno iscritto nel 2019 da Agris Sardegna come incrocio naturale di Cannonau e Apesorgia Bianca, una varietà rarissima presente in pochi esemplari nel sud dell'Isola. Da zone alpine arrivano il Prie Rouge, iscritto dalla Regione della Valle d'Aosta nel 1981, e il Traminer Aromatico, registrato nel 1970 dal Cra di Conegliano. Tutte varietà coltivate solo nei rispettivi areali, con una produzione di barbatelle che vanno da zero a qualche migliaia, escludendo il Traminer

Aromatico che ha raggiunto ormai una produzione di barbatelle annue che supera il milione. Va tuttavia sottolineato come in quasi ogni regione si ritrovino ceppi di varietà a bacca rosa in osservazione dai vari centri di ricerca, come sottolinea **Paolo Storchi** ricercatore presso il Crea di Arezzo: "In Toscana per esempio abbiamo tre varietà che possiamo considerare rosa naturali ma non ancora iscritte, come il Tanè che abbiamo ritrovato in Lunigiana, caratterizzato da un'alta acidità, una cosiddetta Uva Rosa e una mutazione del Trebbiano che abbiamo chiamato Trebbiano Rosa". In questo elenco mancano però quattro varietà caratterizzate da un percorso ampelografico curioso e variegato che vogliamo approfondire, sono la Rossetta di Montagna, la Piccola nera, la Rondinella Rosa ed il Manzoni Rosa.

Rossetta di Montagna, tra le Alpi e il Lago

Nell'introduzione al testo "Antichi Vitigni del Trentino", gli autori e ricercatori presso la Fondazione Edmund Mach dell'Istituto agrario di San Michele all'Adige Marco Stefanini e Tiziano Tomasi ricordano che nel 1989, quando iniziò il programma di recupero dei vitigni in pericolo di estinzione coltivati in Trentino, sembrava di intraprendere un percorso di indagine museale anziché un progetto con utilità per il futuro. "Nessuno avrebbe pensato che dopo qualche anno, in tutto il territorio italiano, grazie agli Enti di ricerca

preposti e all'attenzione dei più importanti produttori di vino, ci sarebbe stato un forte interesse per conoscere e recuperare le vecchie varietà di vite locali. Da questa consapevolezza si sono concretizzati molteplici progetti di recupero del germoplasma presente nelle diverse regioni al fine di individuarne potenzialità produttive e valorizzarne l'unicità. Oggi la valorizzazione di alcune varietà autoctone corrispondenti alle produzioni tipiche di una provincia o di una vallata può effettivamente permettere di identificare alcune zone di produzione con caratteristiche peculiari difficilmente duplicabili altrove, rendendo così il prodotto 'unico'. Il recupero delle antiche varietà coltivate può quindi essere utilizzato anche come fonte di variabilità genetica nei piani di miglioramento varietale volti alla selezione di nuovi genotipi i cui caratteri sono stati ottenuti da ricombinazione del Dna dei genitori".

Discorso che vale anche per la Rossetta di Montagna. Non sono sempre chiare le notizie storiche relative a questa varietà e spesso più che chiarire tendono a confondere la Rossetta con la Rossignola, se non con altre uve. Dalle note sui vecchi vitigni veronesi a cura di Umberto Angelini, Severina Cancellier e Angelo Costacurta è possibile tuttavia ricavare alcune informazioni basilari. Le prime citazioni su questa varietà, riportate da Lamberto Paronetto nella sua "Verona, antica terra di vini pregiati", risalgono al 1775 per opera del Maroni il quale, in un suo scritto, consigliava di piantare Corvina e Rossetta nei terreni magri. Nella "Relazione sulle condizioni dell'agricoltura, industria e commercio dei tre comuni di Quinto, Stelle e Grez-

zana in Valpantena di Verona" del dottor Carlo Rossi (1872), troviamo i dati analitici (anche se sommari) del vino ottenuto dalla vinificazione di uve della varietà Rossetta. Successivamente il Zava nella sua Ampelografia del 1901, cita tra le viti coltivate una Rossetta non precisandone però il luogo di coltivazione, né fornendo notizie ampelografiche. I primi cenni un po' più precisi, relativamente a questa varietà si devono al Sormani-Moretti che nella sua monografia cita una Rossetta di Montagna. Nei "Vitigni italiani ad uva da vino" gli autori Cosmo e Forti citano, tra i sinonimi della Rossignola, una Rossignola di montagna, della zona del Lago di Garda, e una Rossetta lungo il lago di Garda e a Cazzano e Tramigna, alimentando però la confusione tra le due varietà. Confusione che sembra trovare soluzione quando viene scelto il biotipo di Rossetta di Montagna presso l'azienda Bortaggio di Incaffi, dall'osservazione della quale gli autori ricavano che "trattasi non di sinonimia, bensì di una varietà ampelograficamente ben distinta dalla Rossignola". La Rossetta di Montagna la ritroviamo successivamente inserita nel catalogo degli "Antichi Vitigni del Trentino" curato da Stefanini e Tomasi. Grazie al lavoro di monitoraggio fenologico e ai risultati enologici ottenuti, l'Istituto Agrario di San Michele all'Adige propone quindi l'iscrizione della varietà al Registro del Ministero, cosa che si concretizza nel 2013 con il codice 475.

Parliamo di una varietà che si dimostra di buona vigoria e di buona rusticità per resistere alla peronospora, con media sensibilità alla botrite. Sicuramente da riservare a esposizioni collinari ben arieggiate come ci racconta **Alessio Biga-**



Paolo Storchi

**rapido.
preciso.
semplice.**



www.foss.it



**nuovo
OenoFoss™**

**analisi in
2 min***

*meno di 1,5 min. per vino finito/mosto,
meno di 3,5 min. per mosto in fermentazione/vino frizzante



FOSS

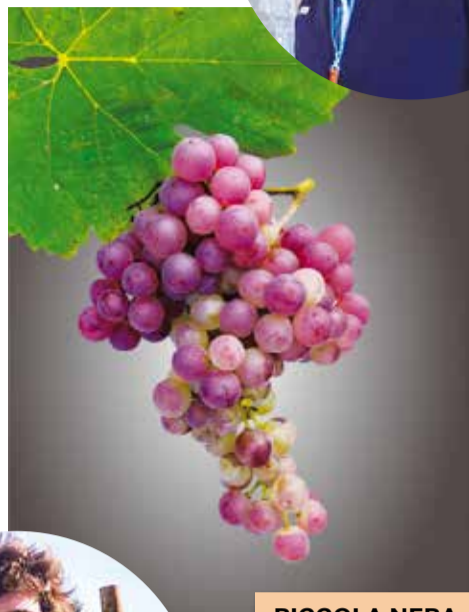
ANALYTICS BEYOND MEASURE



ROSSETTA DI MONTAGNA



Alessio Bigagnoli



PICCOLA NERA



Eugenio Nicolini



Giorgio Nicolini



RONDINELLA ROSA



Celestino Gaspari

gnoli, giovane produttore di vino Bardolino a due passi dal lago di Garda nella frazione di Calmasino: "Ho scoperto la mia Rossetta di Montagna alcuni anni fa quando ho preso in affitto un vigneto qui a Calmasino, il vitigno era già presente da sempre in una vecchia vigna a pergola che invece di estirpare ho deciso di recuperare. Da qui la mia particolare attenzione a questa uva che, come testimonia l'abbondante anche se spesso confusa bibliografia, appartiene visceralmente a queste terre, come risulta anche da alcune testimonianze di anziani della contrada dove è sito il vigneto. Purtroppo pur essendo una varietà già iscritta al Registro nazionale oggi non è ancora autorizzata né in osservazione in provincia di Verona. Eppure proprio per le sue naturali caratteristiche, a mio avviso funzionerebbe alla grande per supportare Corvina, Rondinella e Molinara sia nel Bardolino Chiaretto fermo che soprattutto nella versione spumante da metodo classico. Anche se qualcuno afferma che le varietà a bacca rosa spesso non danno vini con colori rosati persistenti e stabili sul lungo periodo, alla luce della mia esperienza posso affermare invece che anche nelle vinificazioni in purezza la Rossetta di Montagna tiene bene dal punto di vista cromatico, senza virare verso sfumature aranciate, con una acidità ben marcata rispetto alle nostre varietà classiche. Per questo ho intenzione di coinvolgere il Consorzio del Bardolino e, in particolare il nuovo presidente Fabio Dei Micheli, su questo tema. Abbiamo sul territorio da sempre una varietà votata naturalmente al rosa, che potrebbe diventare uno straordinario messaggero di identità e naturalità per un Bardolino che si sta decisamente sempre

più orientando sul Chiaretto, perché non crederci con più forza?".

Piccola Nera, di nobili origini

La Piccola Nera anche se non ufficialmente dichiarata a bacca rosa ma rossa al momento della sua iscrizione al Registro nazionale, ha peculiari caratteristiche che la definiscono di fatto come un'uva rosa naturale. L'abbiamo incontrata per la prima volta tra le antiche varietà rosse riportate nel volume "I vitigni dei Berici" di Angelo Costacurta e Severina Cancellier, e ritrovata poi sul campo catalogo di Matteo Bedin a Brendola, descritta come Pecolo Rosso, un vitigno sicuramente tra i più curiosi e caratterizzanti di questa collezione. Si distingueva infatti per il suo suggestivo colore rosato, che ha mantenuto fino al momento della raccolta. Particolarmente interessante inoltre la buona produttività di ogni singola pianta e la sanità complessiva delle uve anche in rapporto ai vitigni circostanti. Queste particolari osservazioni ci hanno convinto a vinificare in purezza questo vitigno, nella speranza di ottenere un prodotto originale dal punto di vista del colore ed interessante per le sue qualità organolettiche. I nostri rilievi hanno confermato quanto riportato da Costacurta e Cancellier, si tratta infatti di una varietà piuttosto espansa con portamento ricadente, che ben si adatta alla forma di allevamento a Pergola. Le epoche di germogliamento, fioritura e invaiatura sono nella media ma per la vendemmia si può arrivare anche ai primi di ottobre in annate normali. Ha una buona fertilità delle gemme, il grappolo è piuttosto grande ed anche gli acini di forma rotondeggiante sono mediamente grandi. Nel

testo si parla di un'alternanza di produzione, cosa che nelle stagioni in osservazione non abbiamo riscontrato. Lo stesso possiamo dire delle caratteristiche del vino che, se realizzato con le giuste accortezze, può dare ottime soddisfazioni, non solo per il caratteristico tono rosa ma anche per la sua complessiva ed originale espressione. Un'uva quindi con caratteristiche ampelografiche e morfologiche molto particolari che alla prova del Dna ha dimostrato tutta la sua originalità. La varietà denominata Pecolo Rosso, o Pecolo come veniva chiamata nel Padovano, è infatti risultata essere la Piccola Nera, un vitigno iscritto al Catalogo nazionale del Ministero dal 17 giugno 1970. La Piccola Nera, come ricorda Anna Schneider notissima ampelografa del Cnr, è figlia diretta di Heunish weiss, o Gouais Blanc, e Vulpea. Il primo è un vitigno a bacca bianca di antica origine, fondamentale per almeno 140 vitigni conosciuti di cui almeno 80 coltivati, come lo Chardonnay, mentre la Vulpea è altrettanto strategica nel ricco panorama varietale italiano. Di origine balcanica, la Vulpea si è nascosta nel passato sotto i nomi di alcune varietà locali minori come Doretta, Quaiara, Rosetta e Schiavetta, come riportato anche da Manna Crespan del Crea di Conegliano. Ma la cosa più importante è che Vulpea è un genitore di vitigni oggi considerati strategici nel panorama viticolo italiano come la Glera, il principale vitigno del Prosecco, la Boschera, la Molinara ma anche del Baka Torkek e del Peci Dinka, vitigni coltivati in Ungheria. Anche per questo tra i sinonimi di Piccola Nera riportati nel catalogo europeo VIVC, ne ritroviamo alcuni di chiara provenienza balcanica come Blaue Zdnuczaytraube,

Gnjjet, Naimenska Slaska, Petit Raisin, Zdnuczaytraube Blaue. Non è quindi un caso se oggi l'unica azienda italiana a produrre in purezza la Piccola Nera si trova a Muggia, antica colonia veneziana, in provincia di Trieste al confine con la Slovenia.

Si tratta dell'azienda vitivinicola di Giorgio Nicolini, che con il figlio Eugenio coltiva due ettari di vigneto producendo solo vini di questo territorio come la Vitovska, la Malvasia istriana, la Refosco e appunto la Piccola Nera, varietà che oggi è ricompresa nell'Igt delle

Tre Venezie ma solo per la provincia di Trieste, recuperata da poche vigne centenarie della famiglia. Per la verità Eugenio ne ha identificati due biotipi, uno con grappolo più piccolo e compatto a forma di pigna e l'altro con grappolo più allungato ed acini di buona dimensione, molto prossimo al biotipo da noi individuato a Brendola presso l'azienda Bedin. La Piccola Nera di Nicolini, anche se può esprimersi in maniera diversa secondo le caratteristiche dell'annata, dà vita a vini dal colore rosato intenso con naso molto fresco e vinoso, che ricorda alcune bacche selvatiche come la rosa canina. Al palato i vini sono dotati di buon corpo, ma mai sopra le righe, con gusto delicato, poco acido e lievemente tannico. Vanno bevuti preferibilmente giovani e freschi, ma possono riservare gradite sorprese anche con affinamenti più lunghi, come nel caso della produzione 2017 assaggiata in azienda.

Rondinella Rosa, una mutazione naturale

Celestino Gaspari è un uomo e un enologo preparato e concreto. Ha le idee chiare non solo negli originali e coraggiosi progetti enologici dei suoi vini ma anche sul rapporto con la vigna e la sua storia. "Fare ricerca senza modificare geneticamente la pianta - ci racconta - risulterà strategico per il futuro. Dagli anni Novanta del secolo scorso si è perso infatti tanto del nostro patrimonio viticolo storico per inseguire la moda del vino carico di colore. Presi dalla fretta oggi i vigneti invecchiano prima che possano dare i migliori risultati, se invece rispettiamo e assecondiamo il metabolismo naturale della pianta lei ci ripagherà. Il mantenimento di vecchie pratiche viticole ed enologiche, e il recupero di antichi vitigni autoctoni, sono azioni concrete nel rispetto delle proprie origini territoriali. La ricerca è il tentativo di arrivare alla semplicità più schietta togliendo tutto ciò

SOLUZIONI PER VINI ROSATI

Sun
Rose

LALVIN ICV SUNROSE™

Nuovo lievito selezionato in Francia dall'ICV per vini rosati originali e moderni dal carattere fresco fruttato, elegante e complesso

PERSONALIZZA IL TUO STILE

OTTIMIZZA L'ESPRESSIONE FRUTTATA

O'BERRY

INCREMENTA LE NOTE TIOLICHE E TROPICALI

O'TROPIC

Nutrienti organici specifici per definire il profilo aromatico

Lallemand Italia • www.lallemandwine.com

Via Rossini 14/B • 37060 Castel D'Azzano • VR • Tel: +39 045 512 555 • lallemanditalia@lallemand.com

LALLEMAND

LALLEMAND OENOLOGY
Original by culture

che è superfluo. Dopo anni passati a raffinare il vino io oggi lavoro per esaltarne gli elementi di base, la purezza e il carattere primitivo. Amo rischiare e sperimentare e con questo spirito sono nati alcuni dei vini che più caratterizzano la storia della cantina Zymè. Una storia che parte da lontano, in Val d'Illasi, più di 40 anni fa, lì ci sono i terreni di famiglia dove fin da piccolo lavoro a fianco dei miei genitori". A 20 anni Gaspari incontra Giuseppe Quintarelli, suo futuro suocero, con il quale lavorerà a lungo nella sua azienda confrontandosi con i grandi classici del territorio: Amarone, Valpolicella e Valpolicella Ripasso. Nel 1999, dopo aver acquisito ormai abbastanza esperienza nel panorama viticolo-enologico, dal recupero di un'antica cava d'arenaria nasce appunto la sua cantina, Zymè, a San Pietro in Cariano, nel cuore della Valpolicella classica. L'azienda si sviluppa gradualmente, in parallelo con l'evoluzione del suo modo di concepire la realtà vinicola. Cultura, attenzione e consapevolezza sono l'inizio della storia recente della Rondinella Rosa. "Il vitigno è stato individuato inizialmente in un vigneto coltivato a Rondinella Nera, a Illasi in provincia di Verona. All'interno del vigneto - racconta Celestino Gaspari - è stata osservata la presenza di alcuni ceppi il cui fenotipo differiva visibilmente per il colore molto più chiaro della buccia dell'acino. Tali ceppi negli anni seguenti sono stati tenuti in osservazione al fine di accertarne la corretta identità e le peculiarità produttive. Mentre della coltivazione della Rondinella Nera si hanno notizie certe già a partire dal 1882 (Giunta per l'inchiesta Agraria, 1882) nelle quali veniva annoverata tra le varietà locali del Veronese e diversi siano stati i lavori svolti su questa varietà (Cosmo, 1939 e 1960; Calò et al., 1980; Calò et al., 2006; Giulivo, 2009), nessuna citazione è stata ritrovata su mutazioni per il colore della bacca di questa varietà. Vengono quindi fatti tutti i rilievi ampelografici e genetici che ne definiscono la sua originalità per arrivare, nel 2019, all'iscrizione della Rondinella Rosa nel Registro del Ministero con il codice 896. Questa varietà la ritroviamo iscritta nel catalogo VIVC con il numero 26693 come una mutazione spontanea della Rondinella. "Le piante di Rondinella Rosa allevate nel vigneto di Illasi - continua Gaspari - sono caratterizzate, con esclusione della prima fase di germogliamento, da una maggior precocità rispetto all'altra zona in Valpolicella classica. La differenza più marcata tra gli ambienti è stata riscontrata nella fase di invaiatura con uno scarto di circa una settimana. Complessivamente la lunghezza del ciclo vegetativo è risultata più breve ad Illasi, con un anticipo medio della maturazione di sei giorni. Ha mostrato una buona vigoria, evidenziando produzioni e caratteristiche qualitative della bacca interessanti. A causa della non elevata fertilità delle gemme basali è una varietà non adatta a sistemi di potatura corta, ma ben si adatta a forme di allevamento espanse. Per valorizzare al meglio le potenzialità aromatiche del vitigno abbiamo puntato su una vinificazione rigorosamente in bianco anche se permangono lievi sfumature rosa". Nei vini da Rondinella Rosa l'olfatto è delicato e fruttato, la nota di pera si evidenzia subito, seguita per importanza da al-

bicocca e mandorla. In bocca si dimostrano di buona struttura ed acidità, sapidi e persistenti; sono vini che ti sorprendono per la piacevole beva e la buona sensazione finale gusto-olfattiva.

Manzoni Rosa, il figlio del Professore

Se finora ci siamo confrontati con vitigni originatisi da incroci spontanei o da mutazioni naturali, nel Registro nazionale troviamo anche vitigni frutto di ibridazioni realizzate incrociando volutamente varietà diverse per ottenere nuovi individui con particolari caratteristiche. Come nel caso dell'Incroccio Manzoni 1-50, chiamato Manzoni Rosa. Come ben sappiamo il professor Luigi Manzoni occupa un posto preminente tra i pionieri del miglioramento genetico delle uve da vino. Gli incroci che portano il suo nome, in particolare il bianco (Incroccio Manzoni 6.0.13), hanno avuto grande successo e continuano a essere ampiamente utilizzati dalle cantine italiane, oltre a essere inseriti anche in alcune denominazioni. Nel volumetto dedicato agli Incroci Manzoni realizzato nel 2000 da Severina Cancellier e Italo Roncador, entrambi tecnici e ampelografi qualificati, viene appunto evidenziata l'importanza della figura del professor Manzoni, che è stato docente e preside della Scuola enologica di Conegliano. Nel dettaglio, i suoi lavori sperimentali hanno interessato aspetti diversi di varie specie coltivate, anche se il soggetto più approfonditamente studiato è stata la vite, concentrandosi su lavori di miglioramento genetico mediante incrocio. Gli autori sottolineano però che gli Incroci Manzoni non hanno avuto subito largo consenso, sia per la naturale diffidenza che il viticoltore prova verso le novità sia per il carattere modesto e schivo del loro costituente, che non ha mai voluto troppo spingere nella loro diffusione. Il Manzoni Rosa (IM 1-50, Trebbiano toscano x Traminer) è un vitigno caratterizzato da un grappolo e acino piccolo e un tempo veniva vinificato anche per produrre un vino rosato liquoroso. In Veneto è presente una cantina che ha in produzione tutta la gamma degli Incroci Manzoni, si tratta della Conte Collalto (a Susegana, Treviso), che ha avuto un rapporto particolare con il professor Manzoni ai tempi della sua attività, negli anni Trenta del secolo scorso, quando nei suoi vigneti sperimentò i suoi incroci. Qui possiamo constatare come l'Incroccio Manzoni 1-50 abbia buona vigoria e fertilità, mentre la produzione anche se non abbondante è comunque costante. Abbastanza rustico, è poco sensibile alle crittogame. Nella sua relazione all'Accademia italiana della vite e del vino, nel 1950, così ne parla lo stesso Manzoni: "...il vino fu subito riscontrato pregevole per l'elevato grado alcolico e per l'aroma fruttato, che è però troppo intenso, più assai che nel Traminer. Propagato in un filare presso l'Istituto e vinificato in maggior quantità, confermò tali caratteri e fu propagato anche presso privati sia pure in limitata quantità. Considerato che per l'aroma intenso, quasi moscato, il vino secco, pur avendo caratteri di finezza, non stava bene nella categoria dei vini bianchi secchi, lo utilizzai, da un paio d'anni, per fare un vino rosato, liquoroso che a giudizio dei degu-



Valerio Nadal

statori, è risultato assai gradevole".

Una interpretazione sicuramente più dinamica e moderna di questo vitigno iconico in alcuni areali veneti, l'abbiamo trovata presso l'azienda di Valerio Nadal, enologo e titolare della cantina Nadal Grandi Vini di Santa Lucia di Piave a Treviso. Si tratta di un'azienda familiare molto radicata al territorio e oggi indirizzata esclusivamente alla viticoltura, condotta direttamente da Valerio coadiuvato dalla moglie Diana e dai figli Alberto ed Enrico che condividono con il papà la passione per il vino. Qui si respira una particolare e autentica vocazione all'attenzione ambientale, non solo per l'approccio molto professionale con l'utilizzo di tutte le più moderne tecnologie, che consentono di intervenire in vigna ed in cantina con il minimo impatto, ma per la particolare attenzione con la quale si prendono cura delle loro api, che sono un ottimo termometro dello stato di salute dell'ecosistema in cui vivono. Valerio ci parla con trasporto del suo profondo legame con gli incroci del professor Manzoni: "Essendomi diplomato a Conegliano e vivendo da sempre in questo territorio, sentivo da enologo la necessità di confrontarmi con questi vitigni allora mitici per noi studenti della Scuola. Nel 2015 ho quindi deciso di piantare un vigneto allevato a doppio capovolto dedicato al professor Manzoni con tre dei suoi numerosi incroci, in particolare il Manzoni Bianco, il Manzoni Moscato e 5.000 metri quadrati di Manzoni Rosa. Questo è un vitigno che ha bisogno di tanta attenzione in vigna per ottenere grandi risultati, in particolare noi stiamo molto attenti in fase vegetativa togliendo le gemme che guardano verso il basso per distribuire meglio la vegetazione e per ottenere una pianta ben equilibrata ed arieggiata. Anche se il grappolo è piccolo si tratta di un vitigno tendenzialmente produttivo, occorre quindi prima dell'invaiatura intervenire anche con diradamenti selettivi. Ricordo che essendo una varietà a bacca rosa è particolarmente sensibile alla *drosophila suzukii* che conteniamo con il piretro. Il giusto momento della vendemmia è strategico in quanto le uve devono essere mature per esprimere al meglio il particolare aspetto aromatico, ma nel contempo va tenuta sotto controllo l'acidità che è fondamentale per un rosato fresco e dinamico. Facciamo una macerazione in vasche refrigerate con le bucce per 12/18 ore per poi fermentare a temperatura controllata. Il Manzoni Rosa ci sta regalando grandi soddisfazioni, è particolarmente ricercato da appassionati ed è valorizzato al meglio dalla nostra ristorazione locale. Sono sicuro che il Professore sarebbe molto contento del nostro lavoro".

Aldo Lorenzoni e Luigino Bertolazzi



MANZONI ROSA



Luigi Manzoni, uno dei pionieri del miglioramento genetico delle uve da vino

LAFFORT® - Non-Saccharomyces

Lieviti naturali al servizio dell'enologia di precisione



LAFFORT
l'enologie par nature



Metschnikowia pulcherrima

BIOProtezione in fase pre-fermentativa a bassa temperatura con una forte capacità di consumare ossigeno.



Torulaspora delbrueckii
Metschnikowia pulcherrima

BIOProtezione su attrezzature di vendemmia, mosto ed uva in una strategia di diminuzione o eliminazione della SO₂.



Lachancea thermotolerans

BIOAcidificazione per promuovere la freschezza e l'equilibrio dei vini.



Torulaspora delbrueckii

Aumento della complessità aromatica (aromi varietali e fermentativi) e volume in bocca (alta produzione di polisaccaridi).



**Il sommelier
SAMUELE CALISTRI**

Dopo l'appuntamento con i vini spumanti di fine 2022, tornano i consigli di Samuele Calistri, uno dei sommelier più interessanti d'Italia in virtù di una formazione completa e internazionale. Samuele è tornato in Italia dopo anni di lavoro all'estero, ha dato vita ad una sua distribuzione vini con esclusive da tutto il mondo (soprattutto grandi nomi dell'enologia francese) e ha anche ripreso la gestione della carta vini (e non solo) del ristorante di famiglia. Pur iniziando tra i tavoli di famiglia della "Trattoria del Cimino da Colombo dal 1895", a Caprarola in provincia di Viterbo (premiata con il "Wine Spectator Restaurant Awards" per la carta vini appunto), Samuele fino al ritorno in Italia aveva sempre lavorato in grandi ristoranti europei a una, due e tre Stelle Michelin, in Mosella, a Ginevra, Courchevel e Londra. Samuele ha il Diploma Wset ed è Sommelier del Saké, fa parte di giurie di concorsi enologici internazionali (IWC) e guide di settore (Hachette), nel 2015 è stato l'Ambasciatore dello Champagne per la Svizzera mentre nel 2017 ha vinto il Ruinart Sommelier Challenge della Confederazione Elvetica.

La Carta dei Vini

Come spesso accade i Dossier del Corriere Vinicolo sono accompagnati da "Carte dei Vini" dedicate, frutto di un doppio lavoro: da una parte la selezione delle proposte aziendali e dall'altra la creazione dei giusti abbinamenti. Uno dei tanti modi, quello scelto dal nostro giornale, per contestualizzare e arricchire la presentazione di un vino. Senza dimenticare le possibilità offerte dalle diverse atmosfere, anche fuori dai pasti, che viviamo quotidianamente, in molte occasioni è proprio l'inserimento dei vini in un percorso gustativo a creare il risultato migliore, quello che aggiunge qualcosa al semplice "corretto abbinamento" tra vino e cibo.

ROSATI A TAVOLA MA NON SOLO...



Torniamo a parlare di rosati, dopo un anno, una categoria ancora in forma nonostante le frenate vissute dai consumi di vino nel loro complesso nell'ultimo periodo. Ma, appunto, trascorsi dodici mesi dal focus dedicato alla tipologia, quando e come sono cambiate le cose? C'è stato, effettivamente, un percorso di crescita, anche a valore oltre che a volume, oppure si è trattato solo di un fuoco di paglia? Qualcosa di più lo abbiamo capito leggendo i servizi all'interno, ora concentriamoci su come questa categoria possa guadagnarsi ulteriori spazi tra gli appassionati, magari lontano dai pasti o con abbinamenti anche insoliti o reputati azzardati per un vino che in Italia, nonostante le buone produzioni interne, è ancora poco diffuso. Almeno non quanto potrebbe, vista la sua versatilità, la sua capacità di sposare cucina regionale e cucina moderna, situazioni leggere e ambienti più raffinati. Si sente sempre più spesso parlare di rosato come "vino gastronomico", termine che diventa abusato quando viene scelto per definire un semplice cliché, una frase fatta, ma che guadagna rilevanza se sposato a situazioni e piatti capaci di fare la differenza. Bisogna investire sui rosati, dar loro importanza, per poterne scoprire le vere e grandi potenzialità. A tavola ma non solo...



Fuori dall'ordinario

Fuori menu ma anche fuori da ogni recinto, con i rosati più che con altre tipologie di vino si può osare e uscire dall'ordinario. Si può contare su freschezza ed eleganza, a volte anche struttura, di certo una versatilità che rappresenta al meglio la vita moderna. Saltano gli schermi e allora ecco che un pomeriggio di relax può essere arricchito da un pre-dinner capace di deliziare il palato, per esempio con dei gamberi rosa crudi avvolti da una sottile polvere di agrumi, da sposare ai sentori floreali e speziati del Syrah ma anche alle note agrumate (quasi una rima baciata con il piatto) e minerali del Vermentino. Parliamo delle caratteristiche che ritroviamo nell'"Alie" Toscana Igt 2022 di Frescobaldi, un vino capace di stupire per eleganza e complessità.

Con il "Filarino" Rubicone Igt Sangiovese rosato di Poderi Dal Nespoli l'aria frizzantina della primavera e l'associazione con il "fare il filo" ci riportano ai prati, alle uscite in due, che fosse su una Vespa o su una bicicletta, stretti e abbracciati. Momenti che hanno bisogno di sottrarre piuttosto che aggiungere, ecco quindi che per stare bene basta poco: un prato, un albero che faccia ombra, magari un po' di musica a fare da sottofondo per un abbinamento facile ma speciale: un vino fresco e piacevole come il Sangiovese rosato di Poderi Dal Nespoli con la classica piadina prosciutto e Squacquerone... Un omaggio alla bellezza della natura e a una terra, la Romagna, oggi duramente colpita dalle alluvioni ma che ha scoperto, e forse lo sapeva già, di essere nel cuore di tutti gli italiani (e di tanti stranieri!).



FRESCOBALDI WWW.FRESCOBALDI.COM

"ALIE" TOSCANA IGT 2022

Alie, un elegante Rosé dal colore chiaro, puro, con tenui riflessi rubino. Un raffinato equilibrio tra Syrah e Vermentino, che trovano nella vicinanza con il mare la loro massima espressione. Alie 2022 ha una splendida veste rosa tenue. All'olfatto il suo bagaglio fruttato è particolarmente variegato: note agrumate di cedro e bergamotto, pesca matura e frutti bianchi. A seguire l'anima floreale di Alie dominata dall'iris, la zagara e la peonia. Il lungo bouquet prosegue con nitidi ricordi di iodio e di erbe aromatiche come timo, rosmarino e salvia. Notevole e precisa la rispondenza gusto-olfattiva, caratterizzata dalla freschezza e dalla sapidità. Alie è un vino ricco, setoso, morbido ed appagante.

PODERI DAL NESPOLI WWW.PODERIDALNESPOLI.COM

"FILARINO" RUBICONE IGT SANGIOVESE ROSATO



Nuova e libera interpretazione del rosato, Filarino è un Sangiovese anticonformista e non convenzionale. Perfetto per brindare al bel vivere, all'allegria e ai colori della vita. Il nome si riferisce a una espressione locale tipica romagnola che indica il corteggiatore. **Varietà:** Sangiovese **Note degustative:** Filarino presenta un colore rosato intenso e brillante. Al naso è delicato, fine ma deciso con sfumature di rosa selvatica, melograno e arancia rossa. Al palato morbido e fruttato con note di viola e ciliegia. È un vino fresco, equilibrato e vivace con un gusto intenso e persistente grazie alla sua piacevole mineralità e acidità. **Abbinamenti:** Pesce, carni bianche, frittura di pesce, formaggi media stagionatura. **Temperatura di servizio:** 12-14°C





➔ Fuori dall'ordinario

Un'Italia unita non solo nelle difficoltà ma anche per i momenti belli, come nel viaggio Nord/Sud che affrontiamo bevendo il **"Lebollè" Pinot noir extra dry 2022 di Losito e Guarini** abbinato a sapori e materie prime del Mezzogiorno, in particolare con un Panzerotto classico ripieno di mozzarella e pomodoro. Gioia per il palato, magari per uno spuntino durante una passeggiata in una città d'arte... L'effervescenza aiuta a tenere pronto e pulito il palato, il leggero residuo zuccherino ammorbidisce l'acidità del pomodoro mentre la spiccata mineralità contrasta a dovere la parte grassa della mozzarella. Un accostamento che può sembrare azzardato, ma che rivela la versatilità di una tipologia ancora troppo poco sfruttata, puntando anche ad invertire alcune regole non scritte per raggiungere una piacevolezza inaspettata.

Tornando a contesti più ricercati, si può sostenere una conversazione importante, anche per un incontro d'affari, mettendo al centro un piatto di Blinis con salmone affumicato accompagnati dallo **"Swing", lo spumante extra dry rosato di Cantina Valtidone**. Il finger food accorcia le distanze, l'ambiente diventa meno formale, si può discutere meglio sorseggiando una bollicina fresca e piacevole, che sposa bei sentori di frutta fresca a una certa complessità, mentre la parte zuccherina compensa la nota affumicata del salmone. Un modo per inserire in un contesto diverso qualcosa di facile e immediato come la condivisione di una proposta gastronomica di classe ma informale, insieme a un vino che dimostra tanta vivacità e spinge a eliminare inutili orpelli, per rapporti limpidi e cristallina, come il rosa di questo spumante.

La pizza è un primo, un secondo oppure altro? Piatto simbolo, insieme alla pasta, dell'Italia gastronomica, sfiora vette di ricercatezza che non si limitano più al solo impasto. Si sono impreziositi gli ingredienti, arrivando a preparazioni di grande complessità, che non rispondono a nessuna definizione specifica. Come nel caso di una pizza con stracciatella, mortadella e pistacchio, da godere assoluta, lontana da qualsiasi altro cibo. Ma abbinata ad un grande vino, che sappia esaltare profumi e gusto pur lasciando il palato pronto ad addentare un altro spicchio di pizza. Corrisponde perfettamente alla descrizione il **"Rosé del Cristo" Lambrusco di Sorbara Doc spumante brut rosato metodo classico 2020 di Umberto Cavicchioli e Figli**, un cru storico con 36 mesi di permanenza sui lieviti, capace di essere protagonista - insieme alla pizza - di un momento unico, speciale, da vivere esclusivamente per il piacere.

Il rosato che non si pone limiti e che vuole uscire dall'ordinario è adatto anche alla carne, soprattutto se raffinata ed elegante. È il caso di un Carpaccio d'anatra con riduzione di frutti rossi, un piatto non comune ma che sa dare grande soddisfazione se realizzato con i giusti ingredienti. Attenzione al dettaglio che fa di **"Aqua di Venus" Toscana Igt rosé di Ruffino** la scelta giusta nel calice. L'abbinamento può apparire azzardato, in realtà serve solo il coraggio di osare e capire che i sentori del Syrah e del Sangiovese di una Maremma che vanta ancora zone di originaria bellezza, tra spezie e rimandi di frutta rossa, sposano perfettamente la parte aromatica del piatto. Allo stesso tempo la nota vivace donata dal Pinot grigio, insieme alla persistenza che contraddistingue questo rosato toscano, completano un percorso gustolfattivo di grande soddisfazione.



LOSITO E GUARINI WWW.LOSITOEQUARINI.IT

"LEBOLLÈ" PINOT NOIR EXTRA DRY 2022

Provenienza: Italia **Vitigno:** Pinot nero vinificato rosato **Terreno:** Medio impasto con marna calcarea e gesso, sito intorno al 45° parallelo nord **Coltivazione della vite:** Guyot **Raccolta:** Manuale **Vinificazione:** Pressatura soffice a 0,8 bar. Fermentazione con lieviti selezionati e temperatura controllata 16-18 °C **Affinamento:** Vasche di acciaio inox termocondizionate, metodo Charmat. Durante l'affinamento il vino viene sottoposto a numerosi controlli analitici per garantirne l'integrità **Imbottigliamento:** Sterile a freddo **Gradazione alcolica:** 11,5% vol. **Colore:** Rosa perlage fine e persistente **Olfatto:** Complesso e intenso, piacevolmente fruttato, con sentori di ciliegia e fragola **Gusto:** Equilibrato, secco e fresco **Abbinamenti consigliati:** Eccellente come aperitivo, ma anche con torte salate, pesce crudo e carni bianche **Abbinamenti internazionali:** Game casserole (Uk), Salade de crevettes (Francia) **Temperatura di servizio:** 8-10 °C

CANTINA VALTIDONE WWW.CANTINAVALTIDONE.IT

"SWING" VINO SPUMANTE EXTRA DRY ROSATO



Caratteristiche uva: Da uve raccolte manualmente a fine agosto, per preservare l'acidità e gli aromi caratteristici di questo Spumante, che lo rendono unico

Vinificazione: La vinificazione avviene con pigiatura soffice delle uve; il mosto fiore viene fatto fermentare in tini d'acciaio a bassa temperatura (18 °C.) per mantenere intatti gli aromi; la presa di spuma si ottiene in autoclave con metodo Martinotti-Charmat con permanenza sui lieviti che permette di arricchire le note olfattive e gustative; il passaggio in bottiglia è effettuato senza perdita di pressione (imbottigliamento isobarico)

Caratteristiche organolettiche: Colore rosa cristallino; perlage fine e numeroso che forma una corona persistente; al naso il bouquet è delicato, con sentori di rosa, ciliegia e rabarbaro; al gusto è fresco, morbido, equilibrato e molto piacevole

Abbinamenti: Va servito ben fresco, a 8 °C in abbinamento a finger-food e per accompagnare antipasti e primi piatti a base di pesce come gli spaghetti alle vongole o la paella

Caratteristiche chimiche: Grado alcolico 11,5% vol - Residuo zuccherino: 15 gr/l

UMBERTO CAVICCHIOLI E FIGLI WWW.CAVICCHIOLI.IT

"ROSÉ DEL CRISTO" LAMBRUSCO DI SORBARA DOC SPUMANTE BRUT ROSATO METODO CLASSICO 2020

Rosé del Cristo di Umberto Cavicchioli e Figli, insieme a Vigna del Cristo, è il simbolo della cantina e della qualità enologica che la contraddistingue. Questo metodo classico è ottenuto da sole uve di Lambrusco di Sorbara, raccolte rigorosamente a mano, provenienti da un vigneto di 5 ettari in località Cristo che cresce su un terreno pianeggiante misto, sabbioso e fertile. Siamo nella bassa modenese, a 200 metri dagli argini del fiume Secchia. Nasce qui uno spumante metodo classico brut di grande eleganza e originalità, maturato sui lieviti per 36 mesi, che è capace di sorprendere in abbinamenti della tradizione con la cucina emiliana ma anche con il risultato più alto della ricerca gastronomica. Al calice troviamo un perlage fine e persistente che accompagna un colore rosa brillante dai riflessi color cipolla chiaro. Il suo delicato profumo ha ricordi di rosa canina e fiori di pesca che passano poi a sentori di fragoline e lamponi. Il sapore deciso di struttura stuzzica per la sua freschezza, con finale fruttato lungo e armonioso.



RUFFINO WWW.RUFFINO.IT

"AQUA DI VENUS" TOSCANA IGT ROSÉ

Secondo il poeta greco Omero, Venere era la figlia di Giove e della ninfa degli oceani Dione. La dea è nata emergendo dalle acque su una grossa conchiglia. Botticelli ha raffigurato La Nascita di Venere in una delle più iconiche opere d'arte del Rinascimento. Oggi la Venere di Botticelli continua ad essere un'icona mondiale di eleganza e sensualità. Aqua di Venus rosé è un vino in stile Provenzale prodotto sulla costa sud della Toscana. Il blend di Syrah, Sangiovese e Pinot Grigio racconta perfettamente l'anima selvaggia e sofisticata della costa della Maremma. Note floreali, erbe aromatiche e macchia mediterranea a cui si intrecciano note fruttate di ciliegia rossa e agrumi. Un vino fresco, sapido e persistente. Il vetro è unico ed esclusivo di Ruffino. Questo vuole richiamare la conchiglia da cui è nata Venere. Ma sta a significare anche stile, texture distintiva, un marchio di garanzia d'eccellenza.



Il Menu

Antipasti

Se di "ordinario" vogliamo parlare allora eccoci a tavola, con gli antipasti. Partiamo da un mix di eleganza e delicatezza, una tartare di ombrina e mela rossa, un crudo di pesce raffinato con una punta di freschezza. Qui entra in gioco il **Prosecco Doc rosé Treviso brut millesimato Collezione Serenitatis 2022 di Montelvini**. Prodotto da uve Glera e Pinot nero si presenta delicato e con sentori di piccoli frutti rossi. Un modo per esaltare piatto e vino, rispondendo con lo stesso paradigma olfattivo ma stimolando quello gustativo con una effervescenza che vivacizza l'abbinamento. Non manca, grazie al vitigno rosso, quel tanto di struttura utile a sostenere un percorso gustativo molto persistente.

Proseguendo verso mare aggiungiamo, in un ipotetico bis di antipasti e in una versione leggera e non troppo concentrata, una tradizionale Zuppa di cozze alla Tarantina. Qui l'abbinamento si basa su una serie di corrispondenze che partono dalle origini territoriali, passano per l'avvolgenza del vino e l'intensità del gusto delle cozze. Rimaniamo insomma in Puglia con il **"Pungirosa" Castel del Monte Bombino nero Docg 2022 di Rivera**, che ha tutte le carte per sposare perfettamente questo piatto, limitando la parte piccante del piatto con la sua avvolgenza, esaltando allo stesso tempo i profumi della zuppa

grazie a un bouquet che va dai piccoli frutti rossi alle erbe aromatiche. Un'espressione tipica e moderna del Bombino nero, vitigno tanto adatto a fare vini rosa da meritarsi, appunto, la Docg.

Ma gli antipasti adatti ai rosati, o viceversa, non sono solo quelli di mare. La cucina italiana propone tante di quelle preparazioni salate che è facile spaziare, scegliendo magari verdure o formaggi. Ecco dunque che una Torta salata con formaggio di capra e barbabietola rossa diventa l'occasione per mettere alla prova, con un pizzico di necessaria leggerezza, un vino rosato abruzzese che rompe alcuni schemi tradizionali. Con un piatto così ricco di sfumature, parti grasse e untuose ma anche note acide date dalla barbabietola, ci vuole un vino che si appoggi su un vitigno importante, quale è il Pinot nero, e che sia sostenuto anche dall'effervescenza. Parliamo appunto dell'**Abruzzo rosé spumante Dop di Cantina Tollo**, una novità per un territorio tradizionalmente rosa che, tuttavia, dimostra di saper dire la sua anche su registri diversi dal dato storico. In questo caso spiccano eleganza e complessità, data anche dai 48 mesi sui lieviti di questo spumante.

Primi

Inserire una nota fresca nella sapidità e sulla tendenza dolce è la chiave di volta per cibi, e vini, che non

stanchino mai. L'equilibrio di un Risotto gamberi rossi e lampone si regge, anche, su quel tocco acido e pungente del frutto rosso, pur nella delicatezza del piatto e la sua lunghezza gustativa. Alla ricerca dell'equilibrio nella leggerezza, abbiniamo a questo primo piatto elegante il **Ca' de Rocchi "Campo delle Rose" Chiaretto di Bardolino Dop di Tinazzi**, un vino che gioca di sponda tra freschezza e richiami di frutti rossi, grazie alle caratteristiche di Corvina e Rondinella coltivate in collina, mantenendo la giusta persistenza così da non venir sovrastato dalla cremosità del risotto, giovane ma di gran classe.

A seguire due primi della tradizione tra Nord e Sud. Cominciamo da un abbinamento in realtà non proprio consueto, perché il Lambrusco è per antonomasia il vino dei salumi, dei formaggi ma... Ma se uniamo Grasperossa e Sorbara ne esce un vino capace di sposare alla perfezione un bel piatto di Tortellini in brodo! Con **"Ottocentorosa" rosé de noir Emilia Igt vino spumante extra dry di Albinea Canali** si uniscono la componente fruttata, piena e a tratti rustica del Lambrusco Grasperossa, con l'eleganza, la mineralità e i profumi di piccoli frutti rossi del Lambrusco di Sorbara. Quello che ci serve per un piatto che esprime nei profumi e nel gusto una terra vera e sincera, così come questo vino che profuma di piccoli frutti rossi, dal profilo elegante e con la giusta acidità. ➔

MONTELVINI WWW.MONTELVINI.IT
**PROSECCO
DOC ROSÉ
TREVISO BRUT
MILLESIMATO
COLLEZIONE
SERENITATIS
2022**


Prosecco Doc Rosé Treviso Brut – Millesimato è ottenuto dalla cuvée Prosecco Rosé composta da 85% Glera e 15% Pinot nero. Le uve di Pinot nero vengono raccolte precocemente per limitare il grado alcolico e la quantità di tannini astringenti. Successivamente il mosto viene fatto fermentare a bassa temperatura a contatto con le bucce per pochi giorni, per estrarre il colore e gli aromi delicati tipici della varietà. Dal colore rosa tenue e dal perlage fine e persistente, grazie alla lunga sosta sui lieviti, si presenta con un gusto deciso, ma al contempo delicato al palato, con sentori di fiori di glicine e frutta a pasta bianca, piccoli frutti rossi come ciliegia e ribes. Un sapore bilanciato grazie al blend di varietà, tra la freschezza delle uve Glera e la struttura del Pinot. Un'armonia che si riflette nella versatilità degli abbinamenti: il Prosecco Rosé si presenta perfetto dall'aperitivo con i crudi di pesce, ai formaggi più stagionati.

RIVERA WWW.RIVERA.IT
**"PUNGIROSA"
CASTEL DEL
MONTE BOMBINO
NERO DOCG 2022**

La Rivera ha voluto esaltare, attraverso la tradizionale vinificazione "in rosa" attuata con tecnologie moderne, le caratteristiche peculiari della varietà Bombino Nero, autoctona della zona Castel del Monte e così vocata alla produzione di vini rosati da meritare la Docg. Il risultato è un vino fresco e sapido, con un frutto vivo ben sostenuto ed un gusto morbido e molto delicato, dotato di una grande duttilità negli abbinamenti a tavola, ma molto interessante anche come aperitivo. Il Pungirosa vanta un colore rosa buccia di cipolla con riflessi violacei, bouquet delicato e pulito con note di rosa canina, ciliegia e salvia, palato fresco e morbido ben bilanciato da una delicata acidità, finale lungo e succoso.

CANTINA TOLLO WWW.CANTINATOLLO.IT
ABRUZZO ROSÉ SPUMANTE DOP

Abruzzo Rosé Spumante Dop è lo spumante di Cantina Tollo da uve 100% Pinot nero. Di colore rosa pallido con elegante e persistente mousse, al naso presenta sentori di frutti rossi, fragola e lampone con complesse note di pane tostato, biscotto e brioche. Finemente bilanciato tra la fresca acidità e il moderato residuo zuccherino, ha una consistenza cremosa con un finale persistente. Alla vendemmia, fatta generalmente nel mese di agosto, segue la pigiatura soffice dei grappoli interi, la decantazione statica del mosto e il controllo della temperatura di fermentazione nei serbatoi di acciaio. L'Abruzzo Rosé Spumante Dop affina sui lieviti per almeno 48 mesi. Perfetto per un brindisi prima di cena, ma anche per accompagnare antipasti con prodotti da forno e formaggi, pesce crudo o primi piatti leggermente saporiti, salmone e carni bianche, secondi di pesce delicati, formaggi freschi semi stagionati.

TINAZZI WWW.TINAZZI.IT
**CA' DE ROCCHI
"CAMPO
DELLE ROSE"
CHIARETTO DI
BARDOLINO
DOP**


Le uve, Corvina 90% e Rondinella 10%, provengono da vocati vigneti collinari della zona di Bardolino. La vendemmia viene effettuata verso fine settembre con particolare attenzione a preservare l'equilibrio tra grado zuccherino e acidità. La vinificazione avviene tramite immediata pressatura soffice con la quale si ottiene il colore rosa perlato tenue. Fermentazione ad una temperatura di 14-16 °C per circa 8/12 giorni. Segue maturazione in acciaio. È un vino morbido, fresco e vivace, lungo nel finale con profumi intensi di frutta rossa in particolare ciliegia selvatica, accompagnati da note floreali. Consigliato con antipasti leggeri, pesce, carni bianche, risotti di mare, paste estive. Si abbina volentieri anche a piatti più importanti e saporiti grazie all'ottima acidità. Vino da bersi giovane alla temperatura di 9-10 °C per gustarne a pieno la freschezza.

ALBINEA CANALI WWW.ALBINEACANALI.IT
**"OTTOCENTOROSA" ROSÉ DE NOIR
EMILIA IGT VINO SPUMANTE EXTRA DRY**

Un tocco di leggerezza rosa, un incontro celebrato con un brindisi: questo è Ottocentorosa, la bollicina spumante rosé di Albinea Canali dallo stile glamour, anima dell'aperitivo o della serata di festa. In degustazione si presenta di un brillante rosa tenue con spuma chiara e soffice mentre il suo perlage è ricco ed elegante. Al calice troviamo profumi floreali di rosa e violetta conferiti dal Lambrusco di Sorbara arricchiti da un delicato sentore fruttato di fragolina di bosco, ciliegia e mirtillo, riscontrabili più nel Lambrusco Grasperossa. All'assaggio si presenta elegante ed equilibrato: l'acidità del Sorbara, ben mitigata dal residuo zuccherino, è bilanciata dalla personalità del Grasperossa, in termini di struttura e corpo. Insieme regalano una piacevole esperienza di degustazione. Per le sue caratteristiche di equilibrio e leggerezza diventa la scelta perfetta per l'aperitivo e in abbinamento agli antipasti. Di grande versatilità, si esprime al meglio anche con primi piatti delicati, sia a base di pesce che di carne; eccellente in abbinamento ai risotti. Ottocentorosa sorprende anche nella mixology sposandosi armonicamente con gin, vodka e rum bianco e trova la sua massima espressione negli spritz cocktail.





Il menu

Scendiamo infine al Sud per trovare un piatto da abbinare al **“Passivento” Terre Siciliane Igt rosato di Barone Montalto**, parliamo di un primo tradizionale conosciuto in tutto il mondo: la Pasta alla Norma. Nel calice ci accompagna un Nero d'Avola, rosato ovviamente, nel quale le uve parzialmente appassite hanno concentrato i profumi di spezie e frutti, che sposano perfettamente le erbe mediterranee presenti nella ricetta originaria della pasta. La struttura del vitigno, frutto anche di una terra generosa, rimane in equilibrio con il gusto del pomodoro costoluto catanese e delle melanzane, mentre il finale sapido della ricotta salata dona dinamicità al corpo e all'avvolgenza del vino. Richiami olfattivi e gustativi che si rincorrono come due innamorati in un campo di grano baciato dal sole siciliano.

Secondi

Il secondo piatto può sembrare la sfida più difficile per i rosati, ma anche qui le soluzioni non mancano. Cominciando con il pesce e avvicinandoci all'estate, una fresca Insalata di polpo con pomodorini di Torre Guaceto, capperi pugliesi e spezie mediterranee è la scelta giusta per rimanere leggeri senza perdere nulla in gusto e pienezza. I sapori tipici delle terre marine del Sud, che si esprimono al meglio in questo piatto, li ritroviamo fedelmente nel **“Duca delle Corone” Primitivo rosato Salento Igp di Tinazzi**. Un vino capace di esprimere freschezza e persistenza grazie alle caratteristiche tipiche del vitigno, che si dimostra anche agile e con una facilità di beva del tutto originale. La Puglia nel piatto e nel calice dunque.

Ancora pesce per un abbinamento che richiede attenzione e competenza. Sì perché **“Y By 11 Minutes” Trevenezie Igt Rosé 2021 di Pasqua Vigneti e Cantine**, che quest'anno si è aggiudicato il premio di Miglior rosato del mondo al Concours Mondial de Bruxelles di marzo, è un vino biologico con fermentazione in legno realizzato unendo tre vitigni molto particolari. Normale quindi che il piatto da abbinare debba essere altrettanto importante e ricercato, come nel caso del Black Cod con riduzione di ciliegie. L'equilibrio in questa proposta si regge sulla struttura data dal Carmenère, necessaria a sostenere la pienezza del gusto di questo pesce originario dell'Alaska, mentre la Corvina apporta acidità e sentori fruttati, infine il Trebbiano dona lunghezza e cremosità. Il tutto arricchito dai rimandi a spezie dolci donati dal passaggio in legno.

Se volessimo chiudere con un abbinamento classico nessuno ci vieterebbe di pensare, magari tra qualche settimana quando l'afa estiva sarà padrona dell'Italia, a un barbecue tra le vette abruzzesi, mangiando arrosticini e sorseggiando un Cerasuolo. Ma se vogliamo spingerci a cercare qualcosa di nuovo possiamo anche scegliere un formaggio, nello specifico una Dop importante nel panorama tricolore come la Robiola di Roccaverano. Qui il latte, esclusivamente di capra per le versioni più ricercate, e la stagionatura danno vita a un formaggio tenero e granuloso, dal sapore deciso, che necessita di un abbinamento con un vino altrettanto di carattere. È un po' come sposare le montagne del Centro e del Nord Italia, obiettivo possibile grazie al **Cerasuolo d'Abruzzo Dop Linea biologica di Cantina Tollo**, un vino che respira aria fresca, strutturato ma capace di esprimere leggerezza e persistenza grazie ad una nota minerale in chiusura che lascia la bocca piacevolmente soddisfatta. Il tutto arricchito dal richiamo di frutti rossi e fiori di questo rosato storico, che non disdegna di uscire dai canoni di abbinamento più conosciuti per cercare nuovi percorsi espressivi.



BARONE MONTALTO WWW.BARONEMONTALTO.WINE

“PASSIVENTO” TERRE SICILIANE IGT ROSATO

Il parziale appassimento delle uve comincia in vigna e si completa in fruttaia, dove il sapiente controllo della ventilazione aiuta le uve a raggiungere il livello ideale di disidratazione prima della pressatura. **Varietà:** Nero d'Avola **Note degustative:** Rosa intenso con un bel colore rosso ciliegia. Il bouquet è floreale e fruttato, con aromi di erbe fresche. In bocca ha una struttura sorprendentemente presente, con una buona persistenza ed un finale piacevolmente pulito. **Abbinamenti:** Formaggi freschi, insalata di pollo, grigliata mista. **Temperatura di servizio:** 12-14 °C.



TINAZZI WWW.TINAZZI.IT

“DUCA DELLE CORONE” PRIMITIVO ROSATO SALENTO IGP

Il Primitivo utilizzato per questo vino, proviene da uve raccolte a perfetta maturazione, rispettando l'equilibrio tra la componente zuccherina e l'acidità. La vinificazione avviene mediante pigiatura soffice delle uve e fermentazione a temperatura controllata di 17-18 °C. Segue maturazione in acciaio. È un vino caratterizzato da avvolgenti note di frutta a bacca rossa che si abbinano a delicate sensazioni floreali. Ottima freschezza e sapidità. Il sorso è agile e regala un piacevole finale fruttato e persistente. Indicato particolarmente con primi piatti leggeri, pesce e carni bianche. Perfetto da bere alla temperatura di 9 - 10 °C.



PASQUA VIGNETI E CANTINE WWW.PASQUA.IT

“Y BY 11 MINUTES” TREVENEZIE IGT ROSÉ 2021 (BIOLOGICO)

Y by 11 Minutes, un rosé dalla personalità spiccata e poliedrica in cui si compongono in perfetto equilibrio elementi divergenti: complessità e freschezza, struttura e delicatezza, note fruttate e cremosità al palato. Come la lettera è composta di tre parti, così sono tre le anime di Y by 11 Minutes: Corvina, Trebbiano e Carmenère. La Corvina, che rappresenta la dominanza in termini di percentuali, conferisce sentori tipici di frutta rossa e grande acidità. Il Trebbiano apporta aromi delicati di agrumi e fiori bianchi, conferendo eleganza e lunghezza nel retrogusto; infine, il Carmenère dona al vino struttura e ne garantisce la stabilità nel tempo. Sentori quali vaniglia e aromi di tostatura sono resi evidenti grazie alla fermentazione alcolica in legno, consentendo al vino di ottenere quei sentori secondari e terziari tipici di un vino rosato evoluto.



CANTINA TOLLO WWW.CANTINATOLLO.IT

CERASUOLO D'ABRUZZO DOP LINEA BIOLOGICA

Il Cerasuolo d'Abruzzo Dop della Linea Biologica di Cantina Tollo è un vero e proprio omaggio alla natura, un vino che ne racconta l'autenticità come le farfalle svelano i cambiamenti climatici. Dal colore rosa tenue con leggeri riflessi violacei, al naso presenta sentori di ciliegia e frutti rossi, con lievi sfumature minerali. Di medio corpo, al sorso è morbido, sapido e con un finale vellutato. Le uve 100% Montepulciano vengono raccolte nella prima decade di ottobre. La pressatura è soffice, la fermentazione avviene a temperatura controllata. Il Cerasuolo d'Abruzzo Dop fermenta circa tre mesi sui lieviti in serbatoi di acciaio inox. I vini della Linea Biologica di Cantina Tollo sono prodotti soltanto con uve biologiche provenienti dai vigneti dei soci del gruppo teatino e sono certificati vegan. Ciò che contraddistingue le bottiglie della linea sono le etichette, che riportano l'illustrazione di cinque bioindicatori: cinque insetti che, con le loro abitudini di vita, segnalano la buona qualità dell'aria e del suolo in cui vengono coltivati i vigneti.





WINE in MODERATION

CHOOSE | SHARE | CARE

MEZZACORONA È LA NUOVA “AMBASSADOR COMPANY”

Nuova tappa significativa nell'impegno del Gruppo Mezzacorona per un programma di consumo responsabile e moderato del vino: la realtà vitivinicola che conta 1.500 soci viticoltori e gestisce 2.600 ettari di vigneti in

Trentino-Alto Adige e altri 1.000 ettari di proprietà in Sicilia, ha siglato una partnership con Wine in Moderation, attraverso la quale lavorerà a stretto contatto con quest'ultima, condividendo i valori e i messaggi veicolati dal Programma WIM.

Il Gruppo Mezzacorona è riconosciuto a livello internazionale come un'azienda di successo per la produzione di vini di alta qualità, adottata da decenni pratiche sostenibili e certificate, dalla vigna alla bottiglia, ed è stata riconosciuta per la sua responsabilità ambientale e sociale. Grazie alla collaborazione con Wine in Moderation, rafforza il proprio impegno per la sostenibilità e il consumo responsabile di vino.

“Siamo entusiasti di collaborare con Wine in Moderation e diventare un'azienda ambasciatrice del programma. Il nostro impegno per la sostenibilità e la responsabilità sociale si estende oltre i nostri vigneti e le pratiche di vinificazione. Ci impegniamo a promuovere un consumo responsabile di vino e a educare i nostri consumatori sull'importanza della moderazione”, ha dichiarato **Luca Rigotti**, presidente del Gruppo Mezzacorona.

La realtà vitivinicola trentina rafforza così il proprio impegno per la sostenibilità e la promozione di uno stile di vita equilibrato, in cui il vino può essere degustato con moderazione

Attraverso questa sinergia, il Gruppo Mezzacorona compie un ulteriore passo significativo verso la promozione di pratiche responsabili e sostenibili nel settore vitivinicolo; per questo fine, lavorerà a stretto contatto con Wine in Moderation condividendo un messaggio

di moderazione e operando per contribuire a un cambiamento positivo nel settore vitivinicolo verso un futuro più sostenibile e responsabile.

“Siamo entusiasti di unire le forze con il Gruppo Mezzacorona e lavorare insieme per sostenere un consumo di vino responsabile e moderato. L'impegno di Mezzacorona per la sostenibilità e la responsabilità sociale lo rende un partner eccellente per il nostro programma. Attraverso questa partnership, miriamo a continuare a sensibilizzare sull'importanza della moderazione nel consumo di vino e per la promozione di uno stile di vita sano ed equilibrato”, ha affermato **Sandro Sartor**, presidente di Wine in Moderation.

“Mentre lanciamo la nostra partnership, siamo ottimisti sul futuro del settore del vino e sull'impatto positivo che possiamo avere sulla società. Riteniamo che questa alleanza sarà vantaggiosa sia per le nostre organizzazioni che per il settore vitivinicolo nel suo insieme e non vediamo l'ora di lavorare insieme per promuovere un consumo responsabile e moderato di vino”: questo l'impegno espresso dalle due realtà.

Un momento della conferenza stampa in cui è stata presentata la partnership tra Gruppo Mezzacorona e Wine in Moderation



SPUMANTITALIA, ANCHE NEL 2023 È L'APPUNTAMENTO PER TUTTA LA SPUMANTISTICA MADE IN ITALY

Si è conclusa a inizio giugno, con grande successo di pubblico, la quinta edizione di Festival Spumantitalia. L'evento si è riproposto anche quest'anno come momento culturale, unico nel suo genere, dedicato alla migliore produzione spumantistica made in Italy. Nel corso della manifestazione, che ha visto la partecipazione di operatori del settore, giornalisti e amanti delle bollicine, italiani e stranieri, si è approfondita la conoscenza del variegato mondo degli spumanti italiani grazie al ricco calendario di Talk show e Master class, e all'ampio banco di assaggio, che hanno animato il Festival durante le due giornate di lavoro al Centro Congressi PalaVela di Riva del Garda. Oltre le “bolle” si è parlato anche di “informazione e comunicazione del vino” in un incontro dove è intervenuto il direttore del nostro giornale, insieme ad altri giornalisti e blogger. Infine, una menzione importante alla consegna del prestigioso premio biennale “Ambasciatori del Brindisi Italiano” che si è svolta durante la serata di inaugurazione della kermesse. Bollicine, racconti di territori, progetti ed esperienze: produttori d'eccellenza e illustri personaggi del panorama spumantistico italiano hanno coinvolto gli ospiti in un appassionante e incredibile viaggio nell'Italia delle bollicine guidato dalla regia di Andrea Zanfi. L'appuntamento è per il 2024 con la nuova, effervescente, sesta edizione.

L'ABRUZZO APPROVA IL BLOCAGE DELLE UVE PER EQUILIBRARE DOMANDA E OFFERTA

Il Tavolo Verde voluto dal Consorzio tutela vini d'Abruzzo con la Regione e le Associazioni di categoria, ha dato il via libera all'Art. 39 (comma 3 e comma 4) della Legge 238/2016 per la vendemmia 2023. Ciò significa che con l'applicazione del blocco si potranno rivendicare fino a 120 q.li per ettaro di uva a Montepulciano d'Abruzzo, l'altro 20% rimane necessariamente in cantina. Il vino sottoposto a bloccaggio non potrà essere certificato né venduto fino alla data del 30 giugno 2025. Da questa operazione sono esclusi coloro che producono vino biologico certificato e le aziende verticali. Il quantitativo “bloccato” e il supero possono essere però riclassificati, in qualsiasi momento, ad Abruzzo Doc Rosso/Igt/Vino senza Igt/Doc e utilizzato liberamente. Approvata anche la richiesta portata avanti dal Consorzio di attuare il blocco delle uve rivendicate a Igt Pecorino. Considerato lo sbilanciamento tra produzione rivendicata, venduta e/o imbottigliata di Igt Pecorino, per la vendemmia 2023 si stabilisce che la resa di uva per ettaro della Igp/Igt Pecorino è fissata in 170 q.li/ha (anziché 220 q.li/ha previsti da disciplinare) mentre la restante parte pari 50 q.li/ha (differenza tra 220 e 170 q.li/ha) non può essere classificata ad Igt e deve essere rivendicata/declassata a vino da tavola. Il Consorzio ha portato avanti un'attenta analisi, elaborata dal comitato tecnico, dell'attuale andamento delle Denominazioni tutelate e dei possibili scenari dei prossimi anni nel mondo del vino, che impongono di intervenire al più presto affinché il rapporto tra domanda e offerta sia più equilibrato. “Con il Modello Abruzzo e le attuali attività di gestione delle produzioni - ha spiegato **Emanuele Imprudente**, vicepresidente e assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo - puntiamo ad innalzare il percepito dei nostri vini in tutto il mondo”. “L'immissione di Montepulciano d'Abruzzo, ma anche di Pecorino d'Abruzzo - ha commentato **Alessandro Nicodemi**, presidente del Consorzio - necessita di essere regolamentata per poter meglio competere sui mercati”.

CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES, NUOVO BRAND E SPAZIO ALLE PARTNERSHIP. E NEL 2024 SI VOLA IN MESSICO

D'ora in poi il Concours Mondial de Bruxelles, giunto alla sua 30esima edizione (svoltasi a metà maggio in Croazia, nella città istriana di Porec), sarà contraddistinto dall'acronimo CMB, che si tratti del classico concorso o dei nuovi progetti in partnership con United Airlines. Le novità sono state presentate durante le sessioni di degustazione in Istria - che hanno coinvolto 320 giudici per valutare oltre 7.000 vini da tutto il mondo - ed hanno guardato innanzitutto la prossima sede della competizione, ovvero la città di Guanajuato in Messico a giugno 2024. Il restyling dell'immagine del concorso, nato nel 1994 a Bruges, prevede la presenza del marchio CMB su tutte le attività della galassia Vinopres, dalla competizione enologica tradizionale (ripartita in quattro sessioni: Bianchi & Rossi, Rosé, Spumanti, Dolci & Fortificati) a quelle dedicate a singoli prodotti (Saké, Spirits) o a singole regioni o Stati (Ningxia, Messico) o a singoli vitigni (Sauvignon, Marselan, Vranec). Senza dimenticare i progetti di marketing e promozione, come la nascita di un wine bar a Città del Messico e, a breve, l'apertura di altri due wine corner in partnership con United Airlines, uno infatti è già attivo nell'aeroporto della capitale messicana mentre i prossimi saranno a Londra Heathrow e a Tokyo. Nel frattempo sono stati resi noti i risultati della sessione 2023. Per quanto riguarda l'Italia grande successo per la Toscana, con 80 medaglie, che spodesta per la prima volta la Sicilia. Al pugliese Moros di Claudio Quarta è andato il premio “Rivelazione nazionale per il miglior vino rosso”, mentre il premio “Rivelazione nazionale per il miglior vino bianco” è andato al laziale Satrico, prodotto da Casale Del Giglio. Questi i vertici delle 365 medaglie assegnate ai vini tricolori (di cui 9 Grand Gold Medal, il massimo riconoscimento), presentatisi alla competizione con 1.400 etichette diverse.

Panoramica della sessione di degustazione al Palazzetto dello sport di Porec, durante l'edizione 2023 del Concorso



Consegnato un assegno da 132.800 € alla Scuola enologica di Alba

Ezio Raviola, presidente di Fondazione CRC, Giuliano Viglione, presidente di Fondazione CRC Donare ETS, e Matteo Ascheri, presidente del Consorzio di tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, hanno consegnato alla dirigente della Scuola enologica di Alba, Antonella Germini, un assegno da 132.800 €, frutto delle 1.200 bottiglie di Barolo e Barbaresco messe all'asta durante la scorsa edizione di Barolo en primeur, donate da 75 produttori del Consorzio. La somma - primo tassello di un progetto pluriennale modulare - sosterrà i progetti formativi della Scuola, i cui studenti si stanno già prendendo cura della Vigna Gustava, ai piedi del Castello di Grinzane Cavour, dalla quale nasce il vino delle barriere di Barolo en primeur. Presentati anche i dettagli e l'avanzamento nella destinazione dei 666.000 € donati con la prima edizione 2021 di Barolo en primeur: acquisto di mezzi per l'assistenza ospedaliera domiciliare in Piemonte; restauro di antichi manufatti ed edifici; assistenza pediatrica a pazienti oncologici. Barolo en primeur è il primo e unico progetto in Italia che intreccia uno dei grandi ambasciatori del made in Italy, il Barolo, ai valori della solidarietà, del territorio, dell'arte e della finanza sociale, una grande gara di solidarietà che dal 2021 si tiene al Castello Grinzane Cavour in collegamento in diretta con New York

In questo articolo un estratto di una recente pubblicazione internazionale sulla caratterizzazione genetica e chimica della "Glera rosa", un mutante per il colore della buccia delle bacche di "Glera" scoperta nel 2021. Sarà interessante verificare, nel prossimo futuro, il risultato di un rosato prodotto in purezza

CARATTERIZZAZIONE GENETICA E CHIMICA

GLERA... naturalmente rosa



La storia della *Vitis vinifera* L. accompagna quella dell'uomo che ne ha conservato, attraverso la selezione, i frequenti fenotipi agronomicamente interessanti. In vite, l'accumulo e la fissazione di mutazioni somatiche spontanee sono fenomeni conosciuti e frequenti che permettono ai viticoltori di selezionare e, attraverso la propagazione vegetativa, di utilizzare e diffondere nuove cultivar di grande interesse sia a livello agronomico che commerciale. Nella maggior parte dei casi, le mutazioni somatiche non riguardano l'intero meristema apicale, ma interessano solo uno strato di cellule; in questo caso si parla di chimere (es. periclinali), composte da due foglietti embrionali geneticamente distinti ed evolutivamente indipendenti. Tra le mutazioni somatiche spontanee osservate in vite, quelle che influenzano il colore della bacca sono molto probabilmente le più conosciute e studiate e alcune hanno assunto negli anni grande rilevanza commerciale come testimonia dalla maggiore diffusione in ettari del Pinot grigio, rispetto al wild-type Pinot nero. Queste varianti somatiche, se analizzate mediante marcatori microsatelliti (SSR, Simple Sequence Repeat), risultano identiche alla varietà originaria.

Questioni di genetica...

Nell'ambito delle attività del SIV - Servizio di Identificazione delle Varietà di vite, istituito presso il Centro di ricerca Viticoltura ed Enologia di Conegliano, è stata ricevuta dal Dr. Giancarlo Babbo una varietà di vite da lui indicata come possibile Glera che presentava acini di colore rosa (vedi box). Procedendo a step, sono stati adoperati i 9 microsatelliti universalmente utilizzati per l'identificazione varietale che hanno confermato che si trattava della varietà Glera. Lo step successivo è stato indagare i meccanismi genetici responsabili della mutazione. L'incapacità di produrre antociani di una varietà di vite a bacca bian-

ca è associata all'inserzione di un retrotrasposone, chiamato Gret1, nel gene *VvMybA1* e due mutazioni (uno SNP da G a T e una delezione di due nucleotidi, CA) nel gene *VvMybA2*. Queste mutazioni compromettono la funzionalità dei due geni che sono a monte della via biosintetica per la produzione degli antociani nell'uva, bloccandola. Mediante marcatori funzionali specifici del gene *VvMybA1*, è stato possibile identificare le differenze nel genoma tra la pianta di Glera che produce uva bianca e quella che produce uva rossa. Mediante il sequenziamento di regioni del genoma è stato riscontrato che il gene *VvMybA1* risultava omozigote (*VvMybA1a/VvMybA1a*) in 'Glera', ma eterozigote (*VvmybA1a/VvmybA1b*) nel mutante 'Glera rosa'. Dal punto di vista biologico, nel mutante indagato era assente il retrotrasposone Gret1 sul promotore del gene *VvmybA1* e la funzione di quella copia del gene viene quindi parzialmente restaurata.

...e di chimica

Il recuperato funzionamento del gene ha portato al ripristino delle vie metaboliche per la produzione di antociani, la cui caratterizzazione qualitativa è stata avviata attraverso indagine chimica. Mediante l'utilizzo di tecniche di spettrometria di massa ad alta risoluzione nelle uve del mutante "Glera rosa" sono stati identificati quindici antociani e cinque composti flavonoli non presenti nell'uva Glera. Sono stati inoltre identificati i segnali di alcuni derivati della miricetina e della siringetina, composti che non sono normalmente presenti nelle uve bianche e pertanto rappresentano evidenti marcatori della mutazione. Con la mutazione è stato riscontrato anche un incremento nella bacca dei livelli di *trans*-resveratrolo, *cis*-piceide e *trans*-piceide, piceatannolo, E-E-viniferina e di alcuni composti flavanoli. Nella **Tabella 1** sono riportati il profilo antocianico determinati negli estratti di uve di Glera rosa e del Pinot nero utilizzato come standard di riferimento.

di GIACOMO MORREALE¹,
GIANCARLO BABBO,
ANNARITA PANIGHEL¹,
MIRKO DE ROSSO¹,
LORENZO LOVAT¹,
DANIELE MIGLIARO¹,
RICCARDO FLAMINI¹

¹ Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria - Centro di ricerca Viticoltura ed Enologia - Conegliano (Treviso)



Figura del profilo degli Antociani di Glera rosa e Pinot nero (nel riquadro): (1) Delfinidina-3-O-glucoside, (2) Cianidina-3-O-glucoside, (3) Petunidina-3-O-glucoside, (4) Peonidina-3-O-glucoside, (5) Malvidina-3-O-glucoside, (6) Antociani acilati

A livello commerciale l'interesse per la Glera mutata a rosa è evidentemente elevato. La Glera è la principale varietà utilizzata per la produzione dei vini Prosecco, con un'estensione di oltre 26 mila ettari è una tra le varietà maggiormente coltivate in Italia e il Prosecco rappresenta uno dei vini italiani di maggior esportazione. Nel 2020 è stata introdotta la tipologia di spumante Prosecco rosé regolamentata dalla legge italiana (Gazzetta Ufficiale, Anno 161°

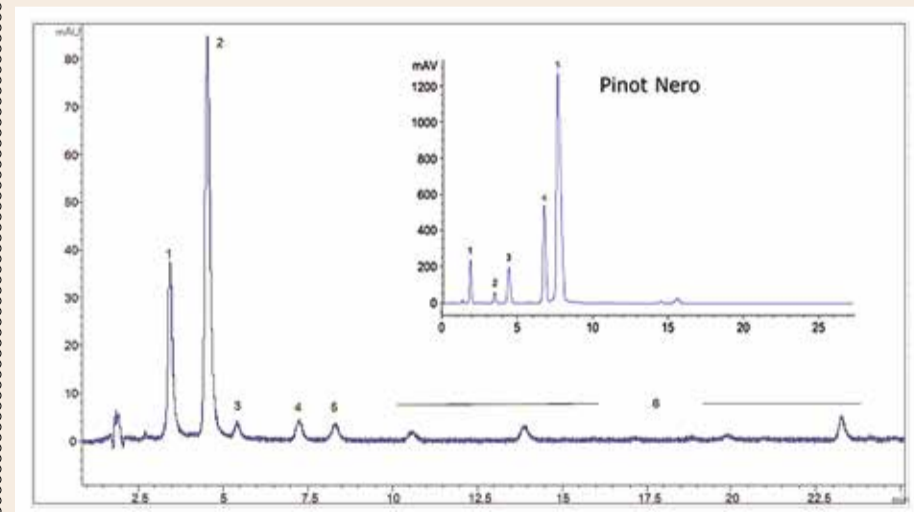
- Numero 200, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2020/08/11/200/sg/pdf>) che prevede l'aggiunta al vino base di "Glera" di "Pinot nero" vinificato in rosso fino a un massimo del 15%. Le opportune verifiche nel tempo della stabilità della mutazione, unitamente alla capacità agronomica ed enologica di poter esprimere al meglio le potenzialità del vitigno, rappresentano un'opportunità reale del mercato Prosecco rosé, che potrebbe in un prossimo

futuro essere un vino prodotto esclusivamente con uve di varietà Glera a bacca colorata. La caratterizzazione genetica e chimica della Glera rosa è stata recentemente pubblicata sul Journal of Science and Food Agriculture (First investigation on polyphenols and glycosidic aroma precursors in a spontaneous colour mutant of 'Glera', the principal grape variety of Prosecco sparkling wine. Morreale et al., J. Sci. Food Agric. 2022, 102, 6623).

TABELLA 1. PROFILI E CONTENUTI DI ANTOCIANI RISCONTRATI NEGLI ESTRATTI DI UVE GLERA ROSA E PINOT NERO

	% Area picco cromatografico		mg Malvidina-glucoside/kg uva	
	Glera rosa	Pinot nero*	Glera rosa	Pinot nero*
Delfinidina-3-O-glucoside	20.7	7.6	5.1	63.9
Cianidina-3-O-glucoside	35.1	3.0	9.2	25.0
Petunidina-3-O-glucoside	4.0	6.2	1.0	52.2
Peonidina-3-O-glucoside	2.8	22.6	0.7	190.1
Malvidina-3-O-glucoside	4.8	59.5	1.2	500.5
Antociani acilati	32.5	/	8.2	/
Antociani totali			25.4	831.7

(*Dati sperimentali non pubblicati del CREA-VE)



La parola a GIANCARLO BABBO che ha scoperto la varietà

Verso le prime prove di micro-vinificazione

Quali potenzialità pensa possa avere questa mutazione del Glera a livello viticolo, enologico ed economico?

Siamo solo al terzo anno dalla scoperta. Da quest'anno, oltre a controllare la stabilità della mutazione sulle piante che abbiamo riprodotto come richiesto dalla normativa, procederemo alla micro-vinificazione per capire se ci sono eventuali altre caratteristiche, oltre al colore dell'acino, e se questa mutazione possa portare al vino rosato. Se saranno riscontrate caratteristiche differenziali positive (o anche pari al Glera originario), il Glera rosa potrà essere una nuova opportunità per la differenziazione del mercato nel settore del Prosecco sia a livello viticolo - vivaistico sia enologico che, ovviamente, economico. In sostanza l'eventuale nuovo clone potrà arricchire ulteriormente il "mondo" del Prosecco.

Come procede la propagazione e quando pensa che avremo i primi vigneti?

Prima di procedere alla moltiplicazione aspetteremo che l'iter di registrazione della nuova varietà/clone arrivi a buon punto e che le prove di vinificazione/spumantizzazione diano risultati soddisfacenti almeno pari al clone di Glera da cui si è generato in modo naturale. Quindi la previsione per l'impianto del primo vigneto non può essere che tra 3-5 anni.

Vetrina VINI ROSATI



Una selezione, a cura delle aziende, di macchine, attrezzature, servizi e prodotti disponibili sul mercato

AMORIM CORK ITALIA Il rispetto dei rosati con Qork, tappo in sughero naturalmente tecnico



Nel mondo enologico, pensando ai vini rosati, il riferimento immediato è all'eleganza. Sono vini di personalità, ben definiti, e richiedono rispetto in ogni loro caratteristica. Ecco che il tappo più evoluto, nella tutela tecnica e per sostenibilità, è **Xpür® Vintage Qork** di Amorim Cork Italia. Si tratta di un tappo in microgranuli, dalle elevate proprietà elastiche e dall'eccellente resistenza meccanica. Significa poter contare su una virtù davvero unica al mondo: la garanzia di massima neutralità sensoriale. L'evoluzione, eccezionale, risiede proprio nel collante vegetale a base di olio di vinacciolo. I vini, così, rimangono protagonisti dell'esperienza degustativa e trovano nel tappo in sughero un alleato potente per sottolineare il proprio

valore, dal momento che il sistema di sanificazione **Xpür®** di nuova generazione, che pulisce la granina di sughero in profondità, ne garantisce non solo un livello di Tca < 0,3 ng/L ma anche un livello di neutralità sensoriale estremamente elevata. Come da filosofia che la caratterizza, Amorim propone il maggior equilibrio possibile al mondo tra i concetti di precisione tecnica e naturalezza. Per guardare oltre, la filiera produttiva per realizzare questi tappi consuma un quarto di energia rispetto a quanto avveniva in passato e prevede l'utilizzo di solo il 10% della CO2 rispetto al diretto competitor in questo segmento. Un percorso che rappresenta una missione: quella di tornare all'eccellenza che Madre Natura ci ha sempre insegnato.

Info: www.amorimcorkitalia.com

BELBO SUGHERI Vocazione naturale alla qualità



Oltre 7.000 mq di stabilimento, 24 macchine timbratrici ad induzione, 2 macchine a stampa laser, un laboratorio analisi interno ed una produzione di 3.000.000 di tappi di sughero al giorno. In Italia, Belbo Sugheri è l'unico centro di finitura esclusivo per la produzione del tappo Diam. I vantaggi del **tappo Diam** sono la capacità di garantire l'assenza di deviazioni organolettiche al vino, la possibilità di avere diverse permeabilità all'ossigeno ed un comportamento meccanico uguale per tutti i tappi in fase di imbottigliamento. Caratteristiche che determinano la presenza di queste chiusure nelle cantine sia italiane che estere. Belbo Sugheri, oltre ai **tappi microtecnici**, produce anche **tappi in sughero naturale monopezzo** a densità costante, elevata elasticità e assenza di tannini. Queste chiusure sono perfette perappare vini di alto prestigio che abbracciano l'innovazione restando sempre vicini alla tradizione.

DIAM BOUCHAGE Amplia la sua gamma di tappi con una nuova scelta di permeabilità

Dopo oltre 3 anni di studi e calcoli sull'apporto di ossigeno al vino attraverso il tappo, l'azienda Diam Bouchage è riuscita a creare una nuova permeabilità per i suoi tappi per i vini fermi da lungo invecchiamento. Questa permeabilità permette un maggior apporto di ossigeno mantenendo contemporaneamente le caratteristiche indispensabili alla tenuta del tappo nel tempo. A partire da gennaio 2023, Diam arricchisce così i suoi tappi, **Diam 10** e **Diam 30**, dedicati a vini fermi da lungo invecchiamento. "Finora, per i vini da lungo invecchiamento, abbiamo proposto una sola permeabilità - molto bassa - particolarmente adatta per la lenta evoluzione in bottiglia. Per vini con tendenza alla riduzione, i nostri clienti ci hanno richiesto un tappo con un maggiore apporto di O₂" ci racconta Dimitri Tixador, uno dei responsabili del reparto R&S di Diam Bouchage. Questa nuova permeabilità favorirà un'apertura aromatica del vino, garantendo un invecchiamento controllato nel tempo. Diam Bouchage da oggi propone, con la sua gamma al completo, un vero e proprio strumento enologico al servizio dei produttori vinicoli, i quali avranno la possibilità di dare ai loro vini diverse evoluzioni nel percorso di invecchiamento.



ENARTIS Le soluzioni per i vini rosati di qualità



enartis
Inspiring innovation.

Negli ultimi anni i vini rosati hanno avuto una forte crescita produttiva e di consumo a livello mondiale. A fronte di un trend in costante sviluppo, il mercato richiede vini di qualità sempre più elevata, versatili, freschi ed eleganti. Per poter valorizzare al meglio questa tipologia di vino e ottenere vini rosé dallo stile inconfondibile, Enartis propone numerose soluzioni applicabili dal momento della raccolta fino all'imbottigliamento. In particolare, per un profilo fresco, floreale e con una buona morbidezza al palato **EnartisFerm Q RHO** rappresenta una scelta sicura e di qualità; questo e S. uvarum è stato infatti selezionato per le sue ottime capacità di produrre elevate quantità di glicerolo e 2-feniletanolo (sentore di rosa), oltre che per la sua tendenza a produrre acido succinico e acido malico, con l'effetto di aumentare l'acidità complessiva del vino. I vini rosati sono inoltre particolarmente sensibili alle ossidazioni che possono inficiare sulla qualità finale portando ad imbrunimenti e perdita aromatica precoce. Per questo, l'utilizzo di coadiuvanti di chiarifica specifici per la pulizia e la stabilizzazione di mosti, come **Plantis AF-Q**, permettono non solo di illimpidire in maniera ottimale ma anche di rimuovere le sostanze fenoliche ossidate e facilmente ossidabili, così come ridurre il contenuto di tannini e ferro. **Plantis AF-Q** è un chiarificante privo di allergeni composto da proteine di pisello e chitosano attivato, il suo utilizzo apporta al vino una tonalità colorante più giovanile, migliora la pulizia e la freschezza olfattiva, riduce le sensazioni di amaro ed astringenza ed aiuta ad ottenere vini più longevi. Info: vino@enartis.it

AMORIM CORK ITALIA Vinolok: la chiusura che accresce il valore di vini rosati e bianchi



Tenuta ottimale e impatto iconico: è **Vinolok**, di Amorim Cork Italia, sigillo in puro vetro di Boemia dalle caratteristiche meccaniche e sensoriali uniche. Un'esperienza funzionale ed esclusiva per i propri clienti, forti di un nuovo concetto di chiusura: nessun impatto su aroma e sapore; condizioni stabili dopo l'imbottigliamento; facile apertura e chiusura; completamente riciclabile. Una destinazione d'uso perfetta per i vini con una

shelf-life sotto i 36 mesi, sigillo cristallino alla loro freschezza aromatica. Cristallino perché trasparente, ma soprattutto per il valore aggiunto che ogni produttore può ottenere da un packaging interamente in vetro: un impatto sensoriale pari a zero, 100% neutro, tecnicamente perfetto, con forma e proprietà fisse. Queste virtù consentono una forte persistenza di aromi a livello olfattivo e gustativo, anche una volta aperta la bottiglia. Il packaging vende: il 64% dei consumatori è propenso ad acquistare un nuovo prodotto solo perché il design ha attirato la loro attenzione. Vinolok aumenta in maniera consistente il valore percepito del prodotto, rendendo il prodotto indimenticabile, grazie alle incredibili possibilità di personalizzazione. Una risposta concreta all'attuale tendenza alla premiumizzazione delle bottiglie. Vinolok conferisce a ogni marchio uno stile di alta qualità, unito al design, quello di un packaging d'eccezione che trasforma ogni bottiglia in un articolo di lusso, che sarà un piacere riutilizzare.

ENOLOGICA VASON

Lieviti VIW®: la gamma e la selezione per i rosati

**LINEA
VIW®**
VERY IMPORTANT WINE

Il dialogo costante con le aziende e l'ascolto delle loro necessità, permette ad Enologica Vason di sviluppare nuove proposte come la linea **VIW® - Very Important Wine**, creata per fornire ai nostri clienti le migliori tecnologie per i vini della categoria Popular Premium. La linea, inizialmente composta da 4 lieviti, Clever e Fruity per i vini rossi, Smart e Fresh per i bianchi, con la vendemmia 2023 si arricchisce di tre nuovi prodotti: Bubble, per i vini spumanti, Supercherry, per rossi e Superthiol, per bianchi e rosati. Con la linea VIW vogliamo dare il giusto valore al vostro Very Important Wine. Per i vini rosati, in particolare, i seguenti ceppi della linea VIW accentuano le più diverse espressioni varietali presenti nel territorio italiano. **VIW® Fresh: *Saccharomyces cerevisiae***. È ideale per la produzione di vini rosati di grande classe ed eleganza, sorretti a livello olfattivo da una buona complessità aromatica fresca e con note fruttate e floreali. Contribuisce in modo interessante a una discreta presenza al palato. **VIW® Superthiol: *Saccharomyces cerevisiae***. È interessante per la produzione di vini freschi ma eleganti, specifico per esprimere note tioliche, floreali e agrumate. È consigliato nella valorizzazione di vini rosati con spiccata aromaticità tiolica e floreale e presenta una buona cinetica fermentativa anche a basse temperature. **VIW® Smart: *Saccharomyces cerevisiae***. È consigliato per la produzione di vini rosati di pronta beva, con profili olfattivi persistenti floreali e con interessanti sfumature che tendono alla ciliegia. VIW® Smart è adatto allo sviluppo di un profilo fruttato fresco.

EXPERTI

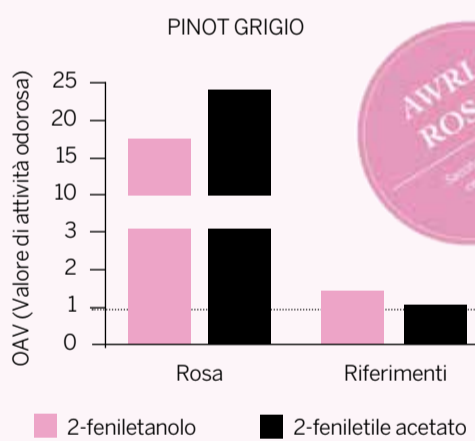
Profumo di rosa nel vino: il lievito innovativo che conferisce aromi "floreali"

Awri Rosa è un ceppo di *S. cerevisiae* selezionato in collaborazione con l'AWRI - Australian Wine Research Institute. Il lievito: conferisce una notevole quantità di aromi floreali riconducibili al profumo tipico dei petali di rosa (2-feniletanolo e 2-feniletile acetato); ha ottime proprietà fermentative con elevata tolleranza all'alcol e buona produzione di glicerolo; è utilizzabile per più vitigni. Awri Rosa su vini bianchi e rosati esalta queste particolari note di rosa e sui vini rossi crea maggior complessità esaltando la freschezza e la componente aromatica fruttata. In seguito ad anni di prove a cura del dottor Toni Cordente dell'Istituto di Ricerca Vitivinicola Australiano, le migliori varietà di uva adatte per questo lievito sembrano essere non solo

le uve bianche che richiedono un importante contributo dal lievito, ma anche le uve a bacca rossa ricche di terpeni. Awri Rosa è particolarmente indicato per varietà come Pinot grigio, Riesling, Chardonnay, Moscato, Malvasia, Gewurztraminer, Vermentino, Aleatico, Brachetto. Awri Rosa è un prodotto Maurivin di AB Biotek (<https://www.abbiotek.com>), divisione del gruppo AB Mauri dedicata all'agroalimentare e al settore enologico.

Info e per test in azienda:
Experti srl - tel. 045 7675023
laboratorio@expertiti.it
www.expertiti.it

Figura 1 OAV del 2-feniletanolo e 2-feniletile acetato relativi alla soglia aromatica di ciascun composto. Le fermentazioni sono state condotte nel laboratorio Hickinbotham Roseworthy Wine Science Laboratory di Adelaide, in Australia



Experti

AB Biotek
PARTNERS IN FERMENTATION™

A business division of AB MAURI

LALLEMAND

Personalizza lo stile dei tuoi vini rosati con soluzioni originali

Per valorizzare il potenziale aromatico varietale in funzione dello stile organolettico desiderato, Lallemand in collaborazione con ICV® - Francia, ha sviluppato soluzioni per diverse esigenze tecniche ed obiettivi stilistici. L'utilizzo del nuovo lievito selezionato **Lalvin ICV SunRose™** permette di ottenere vini rosati freschi e moderni caratterizzati principalmente da note di piccoli frutti rossi come ciliegia, fragola e lampone, con un palato morbido ed elegante. Per ottimizzare ulteriormente l'espressione fruttata si consiglia l'utilizzo in sinergia con **O'Berry®**: nutriente organico specifico che apporta gli aminoacidi necessari al lievito per intensificare la produzione di esteri aromatici (acetati degli alcoli superiori ed esteri etilici degli acidi grassi), consentendo un incremento delle note fruttate in vinificazione. Per un profilo organolettico invece più orientato verso le note tioliche tropicali si consiglia invece l'utilizzo di **O'Tropic®**: nutriente organico specifico che consente una più elevata conversione dei precursori tiolici varietali. La vinificazione in rosato inoltre richiede una particolare attenzione verso i rischi associati ai fenomeni ossidativi. **Oxyvor™** è un nuovo derivato specifico di lievito a tenore garantito di glutazione, in grado di preservare il mosto in fase pre-fermentativa interrompendo le reazioni ossidative e preservando il potenziale aromatico e la frazione colorante con un limitato utilizzo di solforosa. Lallemand ha organizzato un ciclo di due webinar dedicati interamente alla produzione dei vini rosati (vedi Qr Code). Info: www.lallemandwine.com

ERBSLÖH

ERBSLÖH

Rosa è bello

Il vino rosé gode di una popolarità globale. Il suo colore e lo stile sono determinati dalla varietà di uva e dalla vinificazione. I consumatori preferiscono vini freschi, equilibrati, con marcati aromi di frutta e una tonalità rosa pallido (cipria). Siamo in un momento di forte espansione nella produzione di vini rosé di qualità, quindi non più da salasso, ma vinificati direttamente da uve di alta qualità con le caratteristiche di acidità, freschezza e carica aromatica specifiche per questa tipologia di vino. Erbsloeh Geisenheim ha sviluppato al riguardo una gamma completa di prodotti per una vinificazione moderna per la produzione di vini rosé accattivanti. Consigliamo di impiegare i nostri prodotti per la prima e seconda fermentazione. **Oenoferm® Pink: *Saccharomyces cerevisiae (bayanus)***; velocità di fermentazione contenuta e costante; normali esigenze nutritive; tolleranza alcolica fino a 15% ABV; produzione di acidità volatile sotto 0,25 g/l; osmofilo. **Trenolin® Rosé**: enzima specifico per vini rosé; incremento in mosto del 10%; rispetto del profilo aromatico varietale; stabilizzazione del colore; facilitazione nella chiarifica e successiva filtrazione. **LittoFresh® Rosé**: a base di proteine vegetali e pvpv appositamente sviluppato per trattamento del mosto in vinificazione. La tonalità e il profilo aromatico dei vini rosé. La proteina di pisello altamente reattiva, selezionata per LittoFresh® Rosé agisce sui composti fenolici altamente ossidabili che sono i responsabili dell'alterazione del colore e della perdita di freschezza. Elimina altresì i composti amari o gusti vegetali che potrebbero svilupparsi nel corso della pressatura.



LAFFORT

l'œnologie par nature

LAFFORT ITALIA

Prodotti enologici per i momenti chiave della produzione dei vini rosati

Il segmento dei vini rosati è una fra le tipologie di vino che conosce il più forte sviluppo nella maggior parte dei Paesi del mondo in termini di volume prodotto, valore, volumi scambiati, consumi e prospettive di crescita. Anche per quanto riguarda i consumi per classi di età i vini rosati risultano i preferiti tra i più giovani, che rappresentano senza ombra di dubbio il futuro del mercato. Si è poi assistito ad una importante evoluzione sotto il profilo tecnico, che li ha portati ad essere vini per lo più prodotti a seguito di una ben precisa scelta tecnica

e di posizionamento di tale prodotto sul mercato. Forte del suo savoir-faire maturato sul campo Laffort® ha quindi messo a punto tutta una serie di prodotti enologici che consentono ai tecnici di operare con strumenti di precisione nei momenti chiave della produzione dei vini rosati. Dalle chiarifiche mirate alla protezione dall'ossidazione e all'ottenimento del corretto punto di colore e alla sua stabilità (**Polymust® Rosé, Polymust® DC, Vegefine®, Vegemust®**) alle alternative di chiarifica PVPP free (**Oenofine® Pink e Oenofine® Nature**) ai lieviti specifici per

l'espressione dell'ottimale profilo organolettico in linea con gli obiettivi enologici prefissati (**Zymaflore® Delta, Zymaflore® X5, Zymaflore® XOrigin, Zymaflore® X16, Zymaflore® XArom**) supportati da specifici preparatori di lievito e attivanti per una fermentazione alcolica dal decoro inappuntabile (**Superstart Blanc e Rose, Nutristart Org, Nutristart Arom e Thiazote**) fino alle opzioni per la stabilizzazione finale (**Celstab, Mannostab Liquide 200**) tutto concorre all'ottenimento del miglior risultato.

LALLEMAND

LALLEMAND OENOLOGY

Original by culture

Accedi ai webinar ▶





**M2X
CHIUSURE
ITALIA**
Chiusura
e conservazione
dei vini rosati

Il vino rosato riveste sempre più un ruolo di primaria importanza, soprattutto in questo periodo dell'anno. La primavera inoltrata e l'arrivo dell'estate amplificano la richiesta di un prodotto molto versatile, che è possibile ottenere con vari sistemi di vinificazione per centrare differenti obiettivi enologici e soddisfare diversi target di mercato. I rosati sono un ottimo compromesso tra vini bianchi e vini rossi, unendo la freschezza dell'uno con la struttura dell'altro. La chiusura di un vino rosato è un aspetto molto delicato. Diversi sono i fattori da tenere in considerazione: in primis il colore che si vuole mantenere, oppure ottenere con una evoluzione desiderata. Grande attenzione va posta al tenore di solforosa, un antiossidante che potenzialmente può influenzare il colore e che rende pertanto il ruolo e la scelta della chiusura ancora più fondamentale. Per questo si rende necessario conoscere tutti i parametri del vino e della tappatura. Il personale M2X vi saprà consigliare il tappo con la giusta permeabilità, che consenta la conservazione e l'evoluzione ottimale del vino, sia nei profumi che nel colore. Le nostre proposte per i vini rosati? Il **tappo micro Fortis**, con la scelta della corretta permeabilità; il **tappo a vite Federfin Tech**, con una attenta valutazione della guarnizione adatta; il **tappo in sughero naturale monopezzo ACI**, con un ottimale peso ponderale del tappo; infine, il **tappo corona Pelliconi**. Esperienza, analisi del vino, valutazioni delle permeabilità delle chiusure e una ipotetica data di stappatura della bottiglia ci assicurano di centrare l'obiettivo enologico e, quindi, di qualità, per ogni nostro cliente.

Ca' dei Frati e MBF: una soluzione dedicata ai vini rosé



MBF

Dopo oltre 20 anni dall'acquisto della prima macchina, la cantina bresciana Ca' dei Frati ha rinnovato la sua fiducia a MBF confermando l'acquisto del nuovo **impianto di imbottigliamento a leggero vuoto** dedicato ai suoi rinomati vini bianchi, rossi e rosé. Dal 1939 la cantina Cà dei Frati è un punto di riferimento vinicolo della zona del Lago di Garda ed è riuscita, nel corso degli anni, a riservarsi un ruolo da protagonista ed espandere il proprio nome in Italia e nel mondo. "Per i nostri preziosi e delicati vini, soprattutto per i bianchi e i rosati, ho scelto MBF, azienda con cui ho lavorato a pieno ritmo negli ultimi 20 anni e a cui ho deciso di confermare ulteriormente la mia

fiducia soprattutto per la sicurezza nella fase di riempimento" afferma Iginò Dal Cero, winemaker di Ca' dei Frati. La soluzione MBF studiata e realizzata per guidare Ca' dei Frati nelle ultime e delicate fasi enologiche fornisce un'unica interfaccia digitale per l'intero monoblocco, garantisce il minimo assorbimento di ossigeno, sicurezza e controllo delle fasi di riempimento con un occhio di riguardo all'efficienza energetica e al risparmio di acqua durante i lavaggi. Questi aspetti hanno decretato l'azienda veronese come fornitore di riferimento per Ca' dei Frati. Un orgoglio per MBF aver realizzato una linea dedicata all'imbottigliamento di vini rosati del territorio e di alta qualità.

METALUX
Ampia gamma
capsule, anche
Pvc free

Metalux Capsule è stata fondata in Italia nel 1964 da Dino Illario Dal Ri. Pioniera nella produzione globale di capsule e con oltre 55 anni di esperienza e conoscenze, Metalux fornisce capsule di alta qualità in oltre 45 Paesi in tutto il mondo, il che la rende uno dei principali produttori noti di capsule per flaconi nel mercato globale dell'imballaggio. L'attività principale dell'azienda è la produzione di **capsule in Pvc, in alluminio, capsule per spumanti e capsule in Pet**, secondo le più recenti tecnologie nei processi produttivi. Recentemente è stata creata una gamma di prodotti innovativi, più vicina alle richieste di attenzione all'ambiente e allo smaltimento degli imballaggi: si tratta delle **capsule termoretraibili**, le **capsule in polilaminato** e le **capsule champagne** che non contengono traccia di Pvc, dunque note come **Pvc Free**. Metalux si contraddistingue per la capacità di soddisfare le nuove esigenze di ogni cliente e per l'abilità nel garantire il miglior risultato. La forza dell'azienda è data dal continuo investimento in tecnologia e nuove attrezzature e la filosofia alla base è che "un prodotto di qualità non ha confini".

Info: Sede italiana tel. +39 0421 331266
Sede greca +30 22410 81767 - www.metaluxcapsule.it



OSSERVATORIO DEL VINO

**La più potente banca dati del vino:
mercati, prezzi, potenziale produttivo**

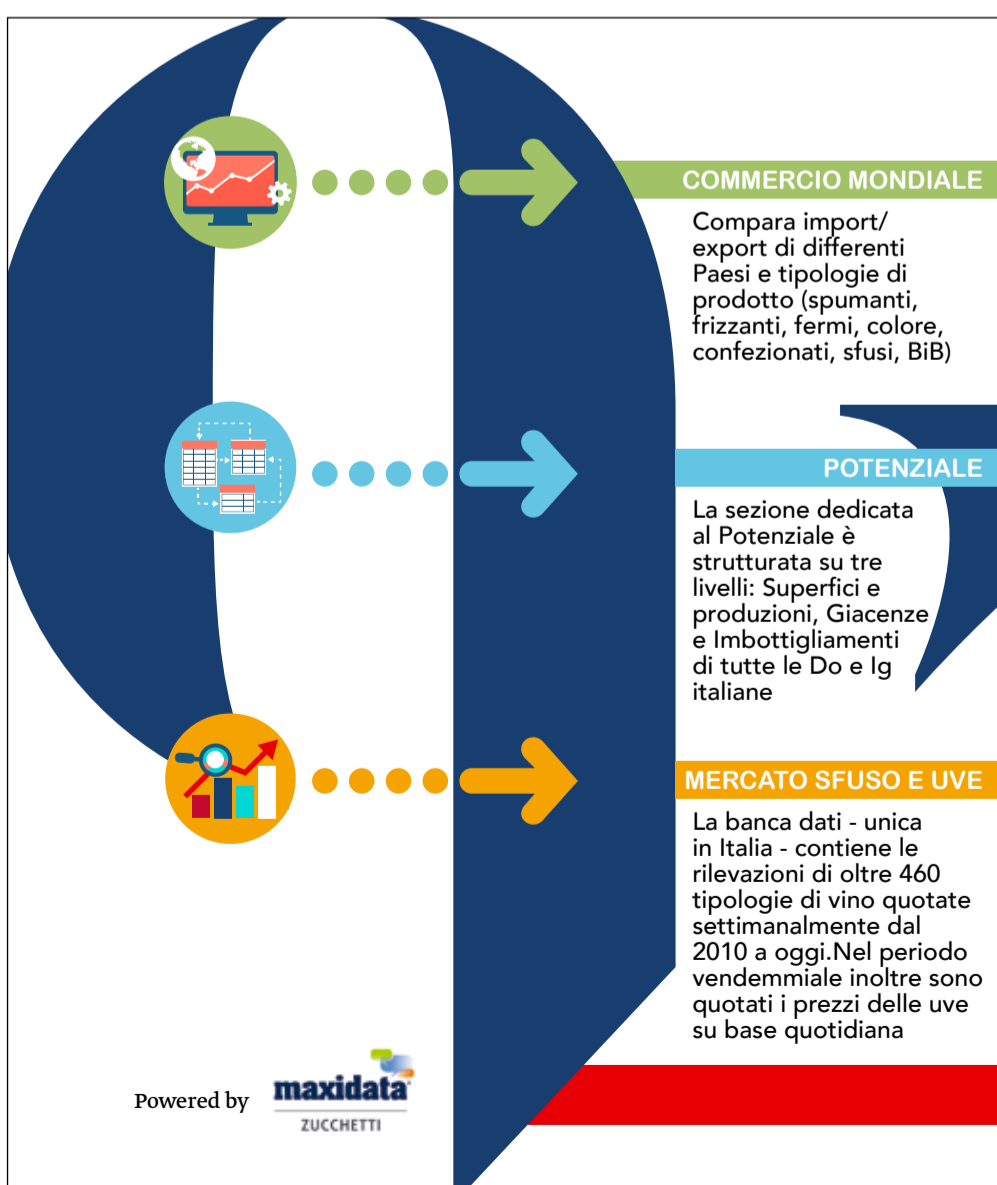
**3 milioni di record
in una sola piattaforma**

Dati sempre disponibili, raccolti da fonti attendibili, rielaborati in forma semplice e di immediata lettura. Free trial di 48 ore, tariffe personalizzabili, preventivi direttamente online.

In partnership con **vinitaly** Mercato sfuso in partnership con **MED.&A.**

www.osservatoriodelvino.it

Powered by **maxidata**
ZUCCHETTI



COMMERCIO MONDIALE

Compara import/export di differenti Paesi e tipologie di prodotto (spumanti, frizzanti, fermi, colore, confezionati, sfusi, BiB)

POTENZIALE

La sezione dedicata al Potenziale è strutturata su tre livelli: Superfici e produzioni, Giacenze e Imbottigliamenti di tutte le Do e Ig italiane

MERCATO SFUSO E UVE

La banca dati - unica in Italia - contiene le rilevazioni di oltre 460 tipologie di vino quotate settimanalmente dal 2010 a oggi. Nel periodo vendemmiale inoltre sono quotati i prezzi delle uve su base quotidiana



**MERCATO DELLO SFUSO
A PORTATA DI CLIC**

Scopri le funzionalità della nuova piattaforma Osservatorio del Vino di Unione Italiana Vini: la banca dati - unica in Italia - contiene le rilevazioni di oltre 460 tipologie di vino quotate settimanalmente dal 2010 a oggi da Med.&A., l'associazione dei mediatori di vino affiliata a Unione Italiana Vini. Il sistema consente sia ricerche puntuali (per settimane e annate di produzione) sia di elaborare trend storici, creando medie annuali su singolo prodotto o comparative su prodotti diversi. Sono presenti sia i vini (Dop, Igp, varietali, comuni), sia i mosti, raggruppati per territorio/piazza di quotazione, sia le uve, quotate quotidianamente per tutto il periodo della vendemmia. Sul sito www.osservatoriodelvino.it la possibilità di fare un free trial di 48 ore e approfittare dell'offerta lancio, che prevede particolari sconti anche per gli altri due database: Commercio mondiale e Potenziale produttivo (superfici, produzioni, giacenze e gli imbottigliamenti di tutte le Do e Ig italiane).

**MERCATI
VINICOLI**

**QUOTAZIONI E ANDAMENTI
DEL VINO SFUSO**

SITUAZIONE ALL'8 GIUGNO 2023

NOTA: in corrispondenza delle colonne variazioni % la cella vuota indica che non ci sono state variazioni rispetto alla rilevazione della settimana precedente.

Le quotazioni dei vini del Trentino Alto Adige non hanno evidenziato variazioni rispetto alla precedente pubblicazione; riprenderanno nelle prossime settimane.



rilevazioni a cura di MED.&A.

P I A Z Z A A F F A R I

PIEMONTE

Alba	Vino Dop (litro)			
Barbaresco	2020		nq	nq
Barbera d'Alba	2022	3,00		3,20
Barolo	2019		nq	nq
Dolcetto d'Alba	2022	2,00		2,20
Nebbiolo d'Alba	2022	3,00		3,20
Roero Arneis	2022	3,00		3,10

Alessandria	Vino Dop (litro)			
Dolcetto del Monferrato	2022		1,20	1,30
Dolcetto di Ovada	2022		1,20	1,30
Piemonte Barbera	2022		1,10	1,25
Piemonte Cortese	2022		nq	nq

Asti	Vino Dop (litro)			
Barbera d'Asti	2022	13	1,35	1,45
	2022	13,5	1,45	1,75
Barbera del Monferrato	2022	12-13,5	1,20	1,30
Grignolino d'Asti	2022		1,30	1,40
Piemonte Barbera	2022		1,10	1,25
Piemonte Cortese	2022		nq	nq
Piemonte Grignolino	2022		1,20	1,30

Asti	Mosto (kg)			
Mosto uve aromatiche Moscato DOP	2022		1,10	1,20

FRIULI - VENEZIA GIULIA

Vino Dop annata 2022 (litro)				
Friuli Cabernet Franc	12-12,5	1,00		1,10
Friuli Caribernet Sauvignon	12-12,5	1,00		1,10
Friuli Chardonnay	12-12,5	0,90		1,00
Friuli Friulano	12-12,5	0,90		1,00
Friuli Merlot	12-12,5	0,85		0,95
Friuli Pinot bianco	12-12,5	0,90		1,00
Friuli Pinot grigio	12-12,5	1,10		1,20
Friuli Pinot nero	12-12,5	1,10		1,20
Friuli Refosco	12-12,5	1,00		1,10
Friuli Ribolla	12-12,5	0,90		1,10
Friuli Sauvignon	12-12,5	1,20		1,50
Friuli Verduzzo	12-12,5	0,80		0,90
Pinot grigio delle Venezie	12-12,5	1,00		1,10

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Venezia Giulia Ribolla	12-12,5	0,80		0,90
Venezia Giulia/Trevezie Cabernet Sauvignon	12-12,5	0,70		0,85
Venezia Giulia/Trevezie Chardonnay	12-12,5	0,70		0,80
Venezia G./Trevezie Merlot	12-12,5	0,55		0,65
Venezia G./Treven. Pinot bianco	12-12,5	0,70		0,80
Venezia G./Trevezie Pinot nero	12-12,5	0,85		0,95
Venezia G./Trevezie Refosco	12-12,5	0,70		0,80
Venezia G./Trevezie Sauvignon	12-12,5	0,90		1,00
Venezia G./Trevezie Verduzzo	12-12,5	0,60		0,70

L O M B A R D I A

Vino Dop annata 2022 (litro)				
Oltrepò Pavese Bonarda	12,5	1,00		1,30
O. Pavese Pinot nero vinif. bianco	11,5	1,10		1,40
O. Pavese Pinot nero vinif. rosso	12	1,20		1,40
Oltrepò Pavese Riesling	11,5-12,5	0,90		1,00
Oltrepò Pavese Sangue di Giuda-Buttafuoco	11,5	1,10		1,40

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Provincia di Pavia Barbera	11,5	0,90		1,10
Provincia di Pavia Croatina	12	1,00		1,30
Provincia di Pavia Moscato		1,00		1,25
Provincia di Pavia Pinot grigio		1,10		1,20

E M I L I A

Vino comune annata 2022 (ettogrado)				
Rossissimo desolforato	11,5-12,5	5,00		5,50
Rossissimo desolforato mezzo colore	11-12,5	4,00		4,50

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)				
Emilia Lambrusco	10,5-11,5	3,70	-2,6%	3,90
Emilia Lambrusco bianco	10,5-11,5	4,20	-2,3%	4,40

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Emilia Malvasia	11-13	0,75		0,85

Vino Igp annata 2022 (prezzi grado distillazione+zuccheri)				
Emilia Lambrusco bianco frizzantato	10,6-11,5	4,60	-2,1%	4,80
Emilia Lambrusco rosso frizzantato	10,6-11,5	4,10	-2,4%	4,30

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)				
Mosto muto Lancellotta	11-12	4,20		4,60

R O M A G N A

Vino comune annata 2022 (ettogrado)				
Bianco	9,5-11	3,80		4,00
Bianco termocondiz.	10,5-12	4,30		4,50
Bianco term. base spum	9-10	4,40		4,60
Rosso	11-12	3,50		4,00

Vino Dop annata 2022 (litro)				
Romagna Sangiovese	12-13	0,78		0,88
Romagna Trebbiano	11,5-12,5	0,58		0,65

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)				
Rubicone Chardonnay/Pinot	11-12,5	5,20		5,60
Rubicone Merlot	11,5-12,5	4,80		5,20
Rubicone Sangiovese	11-12,5	5,00		5,50
Rubicone Trebbiano	11-11,5	4,40		4,70

Mosto annata 2022 (Fehling peso x 0.6)				
Mosto muto	9-11	3,20		3,40

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)				
MCR	65-67	3,80		3,90

T O S C A N A

Vino Dop (litro)				
Chianti	2020		1,55	1,95
	2021		1,55	1,90
	2022		1,10	1,50
Chianti Classico	2019		3,10	3,45
	2020		3,10	3,50
	2021		3,10	3,50
	2022		3,10	3,50

Vino Igp (litro)				
Toscana bianco	2022	12-12,5	0,90	1,00
Toscana rosso	2021	12-13	1,00	1,45
Toscana rosso	2022	12-13	0,85	1,30
Toscana Sangiovese	2021	12-13	1,10	1,55
Toscana Sangiovese	2022	12-13	0,90	1,35

P U G L I A - Foggia, Cerignola, Barletta, Bari

Vino comune annata 2022 (ettogrado)				
Bianco	10,5-12	3,00		3,20
Bianco termovinificato	10,5-12	3,50		3,80
Rosso	10,5-12	2,80		3,30
Rosso da Lambrusco	12,5-13,5	3,80		4,30
Rosso da Montepulciano	11-12	2,80		3,30

Vino Igp annata 2022 (ettogrado)				
Daunia Sangiovese	11-11,5	3,00		3,40
Puglia Lambrusco	10-11,5	3,70		3,90
Puglia Lamb. frizzant.	10-11	4,10		4,30
Puglia Malvasia bianca	12-12,5	3,60		4,00
Puglia rosato	11-12,5	3,60		4,00
Puglia Sangiovese	11-11,5	3,00		3,40
Puglia Trebbiano	11-12	3,30		4,00

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Puglia Chardonnay	11-12	0,50		0,55
Puglia Pinot bianco	11-12,5	0,50		0,55
Puglia Pinot grigio	11,5-12,5	0,80		0,85
Puglia Primitivo	13-15	0,75		1,15
Puglia Primitivo rosato	11,5-13	0,85		0,95

Mosto annata 2022 (gr. Bé q.le)				
Mosto conc. tradiz. certif. CSQA per ABM	33-35	3,70		4,00
Mosto conc. bianco	33-35	3,90		4,00
Mosto conc. rosso	33-35	3,70		4,00
Mosto muto bianco	10-11	2,90		3,00
Mosto muto rosso	11-12	2,70		2,90

(segue) Mosto annata 2022 (gr. Bé q.le)				
Mosto muto rosso Lambrusco	12-13	nq		nq

Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0.6 x q.le)				
MCR	65-67	3,80		3,90

Mosto annata 2022 (kg)				
Mosto da uve aromatiche Moscato	11-12	nq		nq

P U G L I A - Lecce, Brindisi, Taranto

Vino comune annata 2022 (ettogrado)				
Rosso	12-13	3,30		4,00

Vino comune annata 2022 (litro)				
Rosso strutturato	14-16	0,85		1,40

Vino Dop annata 2022 (litro)				
Primitivo di Manduria	14-15	1,90		2,10
Salice Salentino	13-14	0,80		0,95

Vino Igp annata 2022 (litro)				
Salento Cabernet	13-14	0,75		0,85
Salento Chardonnay	13-13,5	0,75		0,85
Salento Fiano	13-13,5	0,90		1,00
Salento Malvasia nera	12-14,5	0,75		1,05
Salento Negroamaro	12-13,5	0,70		0,80

(segue) Vino Igp annata 2022 (litro)				
Salento Primitivo	14-15	0,85		1,25
Salento rosato	13-14	0,65		0,75
Tarantino Merlot	13-14	0,80		0,90

VENETO

VERONA					
Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2022	9,5-12	4,50		5,50
Vino Dop (ettogrado)					
Soave	2022	11,5-12,5	6,50		7,50
Vino Dop (litro)					
Bardolino	2022		1,00		1,05
Bardolino Chiaretto	2022		1,10		1,15
Bardolino Classico	2022		1,15		1,20
Custoza	2022		0,85		0,90
Delle Venezie bianco	2022	12	0,70		0,80
Garda Bianco	2022	12-12,5	0,75		0,80
Garda Chardonnay	2022		0,95		1,00
Garda Garganega	2022	12-12,5	0,75		0,80
Garda Pinot grigio	2022	11-12,5	1,10		1,20
Lugana	2022		3,70		3,90
Pinot grigio d. Venezie	2022	12-12,5	1,05		1,20
Soave Classico	2022	11,5-12,5	1,00		1,15
Valdadige Pinot grigio	2022	12-12,5	nq		nq
Vino atto Amar. e Recioto	2020		11,00		12,00
Vino atto Amar. e Recioto	2021		10,50		11,00
Vino atto Amar. Cl. e Recioto	2020		11,50		12,50
Vino atto Amar. Cl. e Recioto	2021		11,00		11,50
Valpolicella	2022		2,20		2,40
Valpolicella Classico	2022		2,30		2,80
Valpolicella Ripasso	2020	13-13,5	3,40		3,60
Valpolicella Ripasso	2021	13-13,5	3,20		3,40
Valpolicella atto Super.	2022		2,30		2,60
Valpol. Classico Ripasso	2020	13-13,5	3,60		3,90
Valpolicella Classico Ripasso	2021	13-13,5	3,60		3,90
Valpol. Cl. atto Super.	2022		2,80		3,10
Vino Igp (ettogrado)					
Merlot	2022	11-12,5	nq		nq
Provincia di VR bianco	2022	10-13	5,70		5,90
Provincia di VR Merlot	2022	11,5-12,5	5,50		6,00
Provincia di VR rosso	2022	10-12	nq		nq
Vino Igp (litro)					
Chardonnay	2022	10-12	0,85		0,90
Durello	2022		0,85		0,95

TREVISO

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Delle Venezie bianco		12	0,65		0,75
Piave Cabernet		12-12,5	0,95		1,10
Piave Merlot		11,5-12	0,80		0,90
Pinot grigio delle Venezie		10-12	1,00		1,15
Pinot nero atto taglio			1,00		1,20
Prosecco rosé					
Prosecco Valdob. Cartizze Docg		9-10	8,50		9,80
Prosecco Conegliano		9,5-10	2,95		3,15
Valdobbiadene Rive Docg					
Prosecco Coneg. Valdob. Docg		9-10	2,90		3,10
Prosecco Asolo Docg		9,5-10	2,20		2,35
Prosecco Doc		9-10	2,00		2,20
Venezia Pinot grigio		11-12	1,05		1,15
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Cabernet Franc		10-12	6,00		7,00
Cabernet Sauvignon		10-12	6,00		7,00
Chardonnay		10-12	6,00		6,30
Glera		9,5-10	6,00		6,30
Marca Trevigiana Tai		10,5-12	5,80		6,00
Marca Trevigiana/Veneto/Trevezie rosso		10-11	nq		nq
Merlot		10-12	4,30		5,00
Pinot bianco		10-12	6,00		6,50
Raboso rosato		9,5-10,5	6,00		6,80
Raboso rosso		9,5-10,5	6,00		6,80
Refosco		10-12	6,00		6,50
Sauvignon		10-12	8,00		10,00
Veneto/Trevezie bianco		10-11	5,00		5,50
Verduzzo		10-11	5,30		5,80
Vino Igp annata 2022 (litro)					
Pinot nero		10,5-12	0,85		0,90
Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)					
Mosto concentrato rettificato Bx 65/68° (origine Italia)		65-68	3,80		4,00



Vino Dop (litro)					
Rosso Piceno	2021	13-14	0,90		1,10
Rosso Piceno Sup.	2021	13,5-14	1,00		1,20
Montepulciano d'Ab.	2022	13-14,5	0,90		1,00
Trebbiano d'Abruzzo	2022	11,5-12,5	0,65		0,75
Sicilia Grillo	2022	12-13	0,70		0,75
Sicilia Nero d'Avola	2022	12,5-14,5	0,95		1,15
Pinot gr. delle Venezie TV	2022		1,10		1,20
Pinot gr. delle Venezie VR	2022		1,50		1,60
Prosecco Doc	2022		2,10		2,30
Soave	2022	11,5-12,5	1,00		1,20
Bardolino Chiaretto	2022		1,50		1,60
Valpolicella atto Ripasso	2021	13-13,5	3,90		4,30
Valpolicella	2022		3,00		3,50
Valpolicella Classico	2022		3,00		3,40
Vino Igp (litro)					
Marche Sangiovese	2022	13,5-14,5	0,80		1,00
Terre di Chieti Passerina	2022	11-12,5	nq		nq
Terre di Chieti Pecorino	2022	12-13	nq		nq
Terre di Chieti Pinot gr	2022	11,5-13	1,00		1,05
Puglia Chardonnay	2022	11-12,5	0,80		0,90
Puglia Pinot grigio	2022	11,5-12,5	1,00		1,10
Puglia Primitivo	2022	13-15	0,95		1,35
Puglia Sangiovese	2022	11-12,5	0,50		0,60
Salento Primitivo	2022	13-15	1,05		1,35
Chardonnay (Sicilia)	2022	12-13	1,00		1,10
Terre Siciliane Pinot g	2022	12-13	0,95		1,10

MARCHE

Vino comune (ettogrado)					
Bianco	2022	13-13,5	3,80		3,80
Rosato	2022	11-12,5	nq		nq
Rosso	2022	13,5-14	0,55		0,70
Vino comune (litro)					
Montepulciano	2022	14-15	0,60		0,75
Vino Dop (litro)					
Falerio Pecorino	2022	13-14	nq		nq
Lacrima di Morro d'Alba	2022	12,5-13	1,55		1,60
Rosso Conero	2021	13-14	nq		nq
Rosso Piceno	2021	13-14	0,80		1,00
Verdicchio Castelli Jesi C.	2022	13	1,10		1,20
Verdicchio Castelli J.C. sup	2022	13	1,20		1,30
Verdicchio di Matelica	2022	12,5-13	nq		nq
Vino Igp (litro)					
Marche bianco	2022	12-13,5	nq		nq
Marche Passerina	2022	12-13	0,80		0,90
Marche Sangiovese	2022	13	0,60		0,70

UMBRIA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Orvieto		12	0,70		0,80
Orvieto Classico		12	0,75		0,85
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Umbria bianco		11-12	4,00		4,50
Umbria rosso		12-12,5	3,50		4,00
Vino Igp annata 2022 (litro)					
Umbria Chardonnay		12-12,5	0,75		0,85
Umbria Grechetto		12	0,75		0,85
Umbria Pinot grigio		12	0,80		0,90

LAZIO

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco		11-12	3,50		4,00
Rosso		11-12	3,00		3,50
Vino Dop annata 2022 (litro)					
Castelli Romani bianco		11	0,50		0,60
Castelli Romani rosso		12	0,60		0,65
Frascati		12	0,70		0,75
Roma bianco		12	0,80		1,00
Roma rosso		13	1,20		1,40
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Lazio bianco		12	4,00		4,50
Lazio rosso		12	3,50		4,00
Vino Igp annata 2022 (litro)					
Lazio Chardonnay		12	0,70		0,80
Lazio Pinot grigio		12	0,85		0,90

ABRUZZO - MOLISE

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco		10-11,5	nq		nq
Bianco termocondiz.		9,5-13,5	3,50		4,00
Rosso		11-12	3,00		3,30
Rosso		12,5-13,5	3,40		5,30
Vino Dop annata 2022 (ettogrado)					
Trebbiano d'Abruzzo		11-12,5	3,80		4,00
Vino Dop annata 2022 (litro)					
Montepulciano d'Abruzzo		12-13,5	0,55		0,60
Vino Igp annata 2022 (ettogrado)					
Chardonnay		10,5-13	4,20		4,80
Sangiovese		11-12,5	nq		nq
Vino Igp annata 2022 (litro)					
Terre di Chieti Passerina		11-12,5	0,65		0,75
Terre di Chieti Pecorino		12-13	0,65		0,75
Terre di Chieti Pinot gr		11,5-13	0,85		0,90

SICILIA

Vino comune annata 2022 (ettogrado)					
Bianco		10,5-12	3,00		3,20
Bianco termocondizionato		12-12,5	3,30		4,00
Rosso		12,5-14,5	4,50		6,50
Vino Dop annata 2022 (litro)					
Sicilia Cabernet		13-14,5	1,00		1,20
Sicilia Grillo		12,5-13,5	0,60		0,70
Sicilia Merlot		13-14,5	0,90		1,10
Sicilia Nero d'Avola		13-14,5	0,80		1,10
Sicilia Syrah		13-14,5	0,70		1,00
Mosto annata 2022 (gr. Babo x q.le)					
Mosto muto bianco 16-17°		15-17	1,80		1,90
Mosto annata 2022 (gr. rifr. x 0,6 x q.le)					
MCR		65-67	3,80		3,90

SARDEGNA

Vino Dop annata 2022 (litro)					
Cannonau di Sardegna		13-14	1,80		2,10
Monica di Sardegna		13-14,5	1,10		1,40
Nuragus di Cagliari		12-13	0,70		0,90
Vermentino di Sardegna		12-13	1,20		1,40

COMMISSIONE PREZZI MED.&A.

PIEMONTE
Carlo Miravalle (Miravalle 1926 sas)

LOMBARDIA
Federico Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)

VENETO
VERONA: Severino Carlo Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)
TREVISO: Fabrizio Gava (Quotavini srl)

TRENTINO-ALTO ADIGE
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

FRILUNI-VENEZIA GIULIA
Fabrizio Gava (Quotavini srl)

ROMAGNA ED EMILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

TOSCANA
Federico Repetto (L'Agencia Vini Repetto & C. srl)

LAZIO E UMBRIA
Enrico e Bernardo Brecci (Brecci srl)

MARCHE
Emidio Fazzini

ABRUZZO-MOLISE
Andrea e Riccardo Braconi (Braconi Mediazioni Vini sas)

PUGLIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SICILIA
Andrea Verlicchi (Impex srl)

SARDEGNA
Andrea Verlicchi (Impex srl)



Tel: +39 0421 331266
www.metaluxcapsule.it

info@metaluxsa.com ✉ info@metaluxcapsule.it