



Pensare “Rosa Positivo”

di **Paolo Valente** pubblicato il 21 maggio 2023

Colpiscono, a volte ammaliano, con i loro colori siano essi tenui o accesi, ramati o vermiglio, ma sempre luminosi nelle loro bottiglie trasparenti, dalle fogge classiche o moderne. Sono i **vini rosa**. Vini facili da bere ma non altrettanto da fare, sono vini che necessitano di precise tecniche di pressatura delle uve al fine di estrarre nel modo corretto il colore dalle bucce e trasferire al vino precise tonalità. Il colore è fondamentale nei rosati se è vero che il 90% dei consumatori acquista con gli occhi: il vignaiolo si scontra con la difficoltà di stabilizzare il colore e far sì che diventi una sorta di marchio identificativo della regione di provenienza.

Le tonalità più scariche strizzano l'occhio alle versioni provenzali, quelle più intense sono tipiche delle versioni nostrane e, per finire, quelle quasi rosse rimandano al **Cerasuolo d'Abruzzo**. Il vino rosa è un *passee-partout* negli abbinamenti in cucina ma, nonostante ciò, non è ancora entrato a pieno titolo nelle abitudini di beva degli italiani. La cucina moderna, decisamente più leggera rispetto a quella di qualche decennio fa, necessita anche di vini meno strutturati e quando il bianco non riesce a reggere ecco che il rosato trova il suo posto d'elezione.



Vino rosa non deve essere considerato come una soluzione di ripiego ma dovrebbe essere frutto una vera e propria scelta principale. Purtroppo, la ristorazione italiana trova ancora difficoltà nel proporre nelle carte numerosi vini rosati, in particolare nella miscita al calice. Una mancanza che dovrebbe essere colmata a tutto vantaggio dei vini rosa e dei ristoratori stessi che potrebbero proporre un'alternativa moderna e vincente rispetto alle solite etichette.

Il trend di vendita è in crescita e sempre più persone si avvicinano a questo vino che racconta sia il vitigno che il territorio di origine. Negli ultimi 20 anni il consumo dei vini bianchi e rossi è aumentato del 5% mentre i rosati hanno registrato un incremento del 40%. Di tutto questo e di altro ancora si è parlato e discusso durante la manifestazione **Rosa Positivo** organizzata a Treviso da **Eleganza Veneta** in collaborazione con le **Donne del Vino della Puglia** e la locale sezione FISAR.



Puglia perché il 40% di tutti i rosati d'Italia provengono da questa regione che vanta una grande tradizione. La produzione è iniziata intorno agli anni '80 del secolo scorso quando rappresentava il vino dell'autoconsumo ed era diffuso tra tutti i ceti della popolazione, compreso quelli più nobili.

È del 1943 la prima bottiglia di vino rosa italiano mai prodotta e arriva dalla Puglia: il **Five Roses di Leone De Castris**. Sul finire della Seconda guerra mondiale, il generale Charles Poletti delle Forze Alleate chiede una grossa fornitura di vino rosato italiano che avesse però un nome americano: nasce il Five Roses, nome legato alla famiglia de Castris in quanto i vari "Leone" succedutisi nelle generazioni, hanno sempre avuto cinque figli ciascuno, "Cinque Rose", appunto. Un vino che dette una scossa al mercato facendo riscoprire all'Italia la tradizione dei vini rosa di Puglia. Tradizione anche nei vitigni utilizzati, *Primitivo* e *Negroamaro* in primis che conferiscono personalità. Poi *Nero di Troia* e *Susumaniello* di cui abbiamo gustato ottime versioni. Ma non solo vitigni pugliesi nel panorama italiano, perché ogni regione ha i suoi vitigni e i suoi rosati. Si spazia davvero a tutte le latitudini: dal *Raboso* alla *Freisa*, dal *Nebbiolo* al *Groppello*, dal *Cirò* al *Sangiovese*, dal *Gaglioppo* alle classiche varietà internazionali, solo per citarne alcuni.



Oltre la tradizione, i vini rosa guardano anche all'innovazione a partire dalle bollicine fino al packaging. Sono ormai tantissime le **bollicine rosé**; oltre agli ormai sdoganati Metodo Classico che fanno sempre più spesso parte della produzione delle aziende spumantistiche, si stanno affacciando al mercato soluzioni più semplici realizzate con il Metodo Martinotti, una su tutte il Prosecco rosé ideato e realizzato proprio per andare incontro al mercato che chiede sempre più questa tipologia di prodotto.

Recenti studi hanno dimostrato come l'etichetta influisca per il 75% nella scelta di acquisto relegando la qualità solo al restante 25%. Ed ecco allora che le aziende, oltre alla scelta di etichette dal design particolare o evocativo, vanno alla ricerca di nuove soluzioni per un packaging sempre più attraente. Dalle bottiglie con un valore percepito più alto, magari anche riutilizzabili per altri scopi, ai tappi in vetro che possono essere facilmente e significativamente personalizzati fino diventare essi stessi un accessorio da regalare insieme alla bottiglia. Di vino rosa, ovviamente...

<https://www.jamesmagazine.it/wine/pensare-rosa-positivo/>