AbruzzoWeb
Tutte le notizie d'Abruzzo a portata di click

FOOD&ROSE': ALLIEVI DA VINCI L'AQUILA PROTAGONISTI. NUOVA VESTE E MARKETING PER VINI ROSATI

6 Giugno 2021



L'AQUILA – Lo zafferano di Navelli e il pecorino di Farindola, il caciocavallo di Pescocostanzo e le lenticchie di Santo Stefano di Sessanio, i migliori salumi e insaccati, tartufi, amaretti e ferratelle: sono solo una parte delle eccellenze gastronomiche abruzzesi, preparate con grande maestria dagli allievi dell'Istituto alberghiero Leonardo da Vinci e che hanno oggi "incontrato", in un connubio di profumo e tonalità di gusto, centodieci grandi rosè, il top della gamma mondiale, tra cui 15 cerasuoli abruzzesi.

L'occasione, inedita nel suo genere, è stata rappresentata, nel ristorante La Magione papale nel capoluogo abruzzese, dalla terza ed ultima giornata di Food & Rosé Selection by CMB, la prima edizione della sfida organizzata dal Concours Mondial de Bruxelles, in collaborazione con la Regione Abruzzo.

Per la vetrina mondiale che ha portato in Abruzzo 45 giudici da 20 paesi e oltre 60 buyers, si svolge oggi la giornata clou: i giudici hanno valutato i 110 grandi vini rosati in gara provenienti da 25 paesi, tra cui 15 cerasuoli abruzzesi, premiati a marzo a Bruxelles con le Grandi medaglie d'oro e le Medaglie d'oro a marzo Concours Mondial de Bruxelles, in base alla tipicità e capacità di sposarsi con otto categorie di piatti: aperitivo, pesce crudo, pesce cotto, salumi, carni cotte, cibi piccanti, formaggi e dessert. Piatti a base di prodotti di eccellenza della gastronomia abruzzese preparati sotto la guida dei docenti, dagli allievi dell'Istituto alberghiero Leonardo da Vinci dell'Aquila.

La premiazione in serata al ristorante Villa Giulia dell'Aquila.

I giudici e i buyers sono poi stati portati in visita nel territorio, da L'Aquila a Capestrano, passando per l'altopiano dei Navelli.

La terza giornata è stata segnata anche dall'importante convegno "Le nuove frontiere del packaging e del marketing dei vini rosati", curato da Gaia Gottardo e Kateřina Slezáková, rispettivamente distributrice Vinolok presso Amorim Cork Italia spa e responsabile marketing di Vinolok e da quale è emerso che rosato italiano, compreso il cerasuolo d'Abruzzo, non è più un vino al femminile e di nicchia, consumato come aperitivo, ma si sta affermando, uscendo dalla nicchia, come un prodotto di pari rango rispetto al rosso e al bianco. È dunque importante, per favorire questa impetuosa crescita, innovare e ricalibrare anche la sua veste esteriore, dall'etichetta alla forma della bottiglia, e lo stile di comunicazione.

Ad essere apprezzata dai giudici durante la gara è stata anche la qualità dei piatti serviti in assaggio: un motivo di orgoglio per l'Istituto da Vinci frequentato a L'Aquila da 700 studenti, dei quali venti in cucina e otto in sala, dei corsi di Cucina e Sala e vendita, si sono misurati nel Food&Rosè selection sotto la guida del docente di Sala Vincenzo Ambrosini, presidente nazionale associazione Maitre d'Hotel, e del docente di cucina Valentino Ciccarelli.

"Una bellissima esperienza, in primis per i nostri ragazzi – ha commento Ambrosini -: per loro è stata l'occasione, sia in sala che in cucina, di misurarsi con una 'clientela' di eccezione e di altissimo livello, proveniente da tanti Paesi del mondo. Importante per una buona formazione è testare sul campo quanto appreso a scuola".

Una partecipazione in linea, ha aggiunto Ambrosini, con "tanti eventi nel settore del vino a cui abbiamo partecipato, per la loro alta valenza formativa: per sette anni siamo stati al Vinitaly, e in altre importanti appuntamenti come l'International Merano wine festival. Anche per questo posso confermare che il cerasuolo abruzzese ha da tempo già varcato i confini dell'Abruzzo e dell'Italia, a partire da un vitigno nobile vinificato con un metodo esclusivo. Va colto il momento positivo e Food & Rosé Selection si muove in questa direzione".

Soddisfatto lo chef Ciccarelli: "La partecipazione a questo è evento ha rappresentato una gran bella esperienza, è stato un piacere dare il meglio assieme ai nostri otto allievi in cucina, per proporre agli autorevoli ospiti, persone che hanno girato il mondo e hanno grande esperienza in tema di gastronomia, i prodotti della terra abruzzese. E loro hanno davvero molto".

Ha spiegato poi Ciccarelli: "tra i piatti elaborati che hanno accompagnato l'assaggio dei rosati, anche vere e proprie icone della nostra gastronomia, come le 'pallotte cace e ova' e il brodetto di pesce alla vastese, e ancora le tagliatelle in crosta con salsa di ventricina piccante, il controfiletto di vitello bianco strascicato con salsa all'agrumi"".

Il coinvolgimento dell'Istituto alberghiero è stato fortemente voluto dalla Regione Abruzzo, in particolare nella persona del vicepresidente della Regione, Emanuele Imprudente, che ha la delega all'agricoltura, per innervare l'evento anche di valori formativi, assieme a quello della promozione turistica e territoriale.

"Esprimo una grande soddisfazione, dai nostri ospiti internazionali abbiamo ricevuto molti complimenti, per l'organizzazione ma anche per la bellezza dei territorio, per la qualità dei prodotti enogastronomici che offre. E quello che volevamo ottenere con Food & Rosé Selection: veicolare nel mondo attraverso autorevoli ambasciatori, la bellezza, l'attrattività e la qualità dell'accoglienza in Abruzzo", ha commento Imprudente.

I giudici e i buyers sono poi stati portati in visita nel territorio, da L'Aquila a Capestrano, passando per l'altopiano dei Navelli.

Per quanto riguarda l'incontro dedicato al packaging ha spiegato Gaia Gottardo: "La qualità del vino è ovviamente l'aspetto dirimente, ma essa va comunicata al meglio, il consumatore spesso non conosce il contenuto e l'eccellenza di una bottiglia. Da qui l'importanza dirimente del packaging, che influisce moltissimo sulla percezione di valore. Dunque va curato il design, la forma del vetro, l'etichetta, la tipologia di chiusura e va anche garantita una diversificazione tra l'off trade, ovvero il canale commerciale per il consumo domestico, e l'on trade, relativo al consumo nell'ambito della ristorazione, che seguono logiche diverse. In ogni caso si addice al rosato una comunicazione che veicoli il messaggio di allegria, di convivialità e uno stile di vita easy".

A confermarlo la coordinatrice dell'evento, Karin Meriot.

"Il target dei rosati sta cambiando molto, fino a qualche anno fa era particolarmente apprezzato dalle donne, ora si afferma sempre di più tra una clientela maschile, sovrapponendosi a quella dei vini rossi e bianchi. Di tutto questo deve tener conto un packaging efficace, che è decisivo in termini di impatto sulle vendite. Dall'incontro di oggi è emerso anche che a livello di etichetta e soluzioni grafiche, al vino rosato si addice di più soluzione creative, fantasiose, mentre il vino rosso ha schemi più rigidi e consolidati", ha spiegato Meriot.

A stilare un bilancio estremamente positivo di Food&wine rosè è infine Carlo Dugo, ambasciatore in Italia di Concours Mondial de Bruxelles.

"L'evento procede nel migliore dei modi: grandi vini in gara, ma questo era per così dire scontato, eccellenti piatti splendidamente preparati dai ragazzi dell'Istituto alberghiero, con prodotti di alta qualità – ha detto Dugo – Nostra premura è anche quella di promuovere il territorio che ci ospita, e posso assicurare che giudici e buyers sono rimasti incantati dalla bellezza di una terra che molti di loro non conoscevano. Abbiamo visitato il castello di Capestrano, e le aziende vitivinicole della valle Tritana. Grandi emozioni hanno suscitato anche il tour nel centro storico dell'Aquila, meravigliosa città che sta completando nel migliore dei modi un processo di ricostruzione dopo il terribile terremoto che l'ha colpita al cuore, e che sta ripartendo dalla bellezza e qualità dell'accoglienza".

© 2026 Abruzzo Web Emasi srl - Quotidiano digitale registrato presso il Tribunale dell'Aquila con decreto n° 501 del 2 settembre 2003
Iscrizione al ROC n. 28982 - P.IVA 01812420667
Direttore responsabile Stefania Centofanti