



God save the sparkling, God save the Pignoletto!

Nel Regno Unito cresce l'interesse per le bollicine targate Emilia Romagna. Se ne accorgono anche il Times e il Daily Mail.



Il Pignoletto è uno dei simboli dell'enologia emiliano-romagnola.

Son notizie che fanno bene. Al comparto, agli artefici di questo particolarissimo vino ma soprattutto al palato. Non solo e per fortuna italico. Il **Pignoletto**, storico alfiere dell'enologia felsinea e dell'alto ravennate di confine, è stato decantato nientepopodimeno che dal **Daily Mail** e addirittura dal **Times** che hanno sottolineato come i *wine lover* inglesi, soprattutto i giovani, abbiano iniziato ad amare questo "frizzante" italiano, portando una crescita continua delle vendite.

Sold out da **Waitrose**, una delle *major* per la grande distribuzione organizzata del Regno Unito e performance inattese anche da **Sainsbury's**. Ottimi feedback si ottengono anche da **Tesco**, altro big della grande distribuzione inglese. In questo periodo di feste, il bianco emiliano è entrato in numerose carte dei vini della catena di ristoranti italiani [Carluccio's](#).

Ovvvia la soddisfazione di **Francesco Cavazza Isolani**, presidente del **Consorzio Pignoletto Emilia-Romagna**. «Sono notizie che ci fanno molto piacere e indicano come le ottime performance che stiamo registrando nella moderna distribuzione in Italia trovino riscontro anche, a parità di canale, nel Regno Unito. Gli inglesi, d'altronde, sono grandi amanti di spumanti e vini frizzanti italiani e, nonostante i timori derivanti dalla Brexit, continuano a cercare le bollicine del nostro Paese».

Le ragioni del successo del Pignoletto

Guardando più a fondo sulle motivazioni che portano i sudditi della regina ad acquistare questa bolla bolognese, emergono delle sorprese. In primis una di natura nominalista. È proprio il nome il primo aspetto che crea interesse. Lo attesta il prestigioso **Times** che evidenzia come «*non passa inosservato ed è curioso*».

Per **Pierpaolo Petrassi**, responsabile acquisti beer, wine, spirits & tabacco di **Waitrose** «*in UK non manca il desiderio di scoprire nuovi vini. A questo, ovviamente, bisogna aggiungere l'amore degli inglesi per le bollicine made in Italy*». Ma non solo «*importante – conclude il buyer di Waitrose – c'è anche la questione dell'abbinamento che vede il Pignoletto essere una scelta di classe per un pranzo informale*». Infine c'è l'**effetto novità**. **Emma Monaghan**, buyer Champagne e sparkling wine da Sainsbury's conferma come «*sappiamo che i nostri clienti amano scoprire cose nuove e il nostro team di esperti ha continuato a cercare delizie inaspettate per questo Natale. Fra queste, appunto anche il Pignoletto*».



Il Daily Mail e il Times hanno decantato il Pignoletto, sottolineando come i wine lover inglesi abbiano iniziato ad amare questo “frizzante” italiano.

Per il Consorzio (dove nei colli bolognesi si produce il Docg) e per i produttori delle province di Bologna-Imola e Modena e in parte in quella di Ravenna, la Gran Bretagna si conferma così un mercato strategico. «*Lo scorso anno – prosegue Cavezza Isolani – l'export di Pignoletto ha registrato un aumento del 15% con un ulteriore aumento quest'anno. Nei paesi di lingua anglosassone prevediamo un aumento del 20%*».

A questo punto è lanciata la “sfida” oltre confine, a firma tutta emiliano romagnola, ai più noti e commercializzati Champagne, Cava, Prosecco, Trento doc, Valdobbiadene e affini.

Data di creazione

16/12/2016

Autore

riccardo-isola