



WEINWIRTSCHAFT

Suche

[News](#) [Exklusiver Inhalt](#) [Aktuelle Ausgabe](#) [Leseprobe](#) [Heftarchiv](#) [Jobs](#) [Termine](#) [Verkostungsergebnisse](#) [Service](#) [Abo](#)

Donnafugata trägt Dolce&Gabbana

Freitag, 15. Mai 2020 - 14:00

[Produkte](#)[Neue Produkte](#)[Hersteller](#)[Wein](#)

Schlicht »Rosa« heißt der erste Wein eines Joint Ventures der sizilianischen Qualitätskellerei Donnafugata mit den Modeschöpfern Dolce&Gabbana. Die Allianz ist nicht so ungewöhnlich wie man meinen könnte. Sizilien ist dem kreativen Duo seit jeher Inspirationsquelle. Mode und Marketing stellen die Sicilianità oft in den Mittelpunkt, außerdem wurde Domenico Dolce selbst auf Sizilien geboren.

Dolce&Gabbana lassen seit geraumer Zeit auf Festen und Schauen die Weine der Familie Rallo fließen, auch in ihrem Mailänder Lokal Bar-Bistro Martini. Zudem engagieren sich die beiden für Spitzenhandwerk in anderen Bereichen des Made in Italy, sie haben beispielsweise auch eine Zusammenarbeit mit dem Panettone-Erstligist Fiasconaro begonnen, aber auch im Weinbereich wollten sie designen – so wandten sie sich an die Familie Rallo, mit der sie Werte teilen und die Liebe zum Detail verbindet.

Donnafugata führt mit dem Etna DOC Rosato und dem Lamera aus Nero d'Avola, Syrah und Pinot Nero schon zwei Rosés im Portfolio, also wollten Antonio Rallo und sein Team für die Partnerschaft einen neuen und neuartigen Blend entwickeln.

Der »Rosa« besteht aus Nerello Mascalese vom Ätna-Weingut der Familie und aus der seltenen nordsizilianischen Rebsorte Nocera. Die wurde zunächst in einer Versuchsanlage auf ihrem Gut in Contessa Entellina angebaut und kommt beim »Rosa« erstmals öffentlich zum Einsatz. Sie steuert vor allem Frucht bei, der Nerello die Mineralität und eher blumige Noten.

Dolce&Gabbana lehnte sich bei der Schöpfung des bildschönen Etiketts an die bunte Bemalung der traditionellen sizilianischen Carretti an, den Karren, die einst zum Lastentransport mit Pferden zum Einsatz kamen.

Der erste »Rosa« ist ein DOC Sicilia 2019 und wird ab Juni 2020 über die Online-Shops beider Partner vertrieben sowie im Horeca-Kanal und in Weinfachhandlungen. Die Erstaufage beträgt 16.000 Flaschen, der Preis für den Endverbraucher liegt bei rund 25 Euro. Die Weinlinie des neuen Joint Ventures wird weiter ausgebaut. vc