



Wine Meridian

Read It, Taste It

Italian daily news for key players and wine lovers

di: Fabio Piccoli

Il gusto amaro conquista gli americani

I consumatori negli Usa stanno ampliando il loro repertorio di gusti aprendosi anche all'amaro. Un allargamento di preferenze che potrebbe condizionare non poco anche le scelte sui vini con qualche vantaggio nuovo per l'Italia del vino



Cera una volta l'America che beveva solo vini morbidi, rotondi, preferibilmente con residuo zuccherino più elevato. Potrebbe realmente essere una storia del passato quella di cui stiamo scrivendo. Secondo quanto riportato da Shanken News Daily, infatti, sembrerebbe che i palati americani si stiano allargando anche a sapori più audaci. A questo riguardo, Melanie Batchelor, vicepresidente marketing di Campari America ha dichiarato a SND: In questi ultimi anni abbiamo assistito negli Usa ad un costante aumento della popolarità di prodotti come il caffè espresso a gusto intenso di cioccolato amaro, alle tipologie di birra IPA,



notoriamente le più amare. E l'osservatorio di Campari non è di poco conto considerando che si tratta per loro del secondo mercato e il terzo per il marchio Aperol. Secondo Impact Databank, Aperol è aumentato lo scorso anno del 60% (160.000 casse) mentre Campari è cresciuto del 15% (140.000 casse). Ma è cresciuto molto anche un altro importante brand sul fronte delle bevande amare come Fernet Branca che fa da capofila ad un gruppo folto di brand amari come Nonino Amaro (distribuito da Terlato Wines), Amaro Lucano (distribuito da Kobrand), senza dimenticare un altro nome storico degli amari italiani come Montenegro cresciuto anche lui in questi ultimi anni negli Usa. Ma crescite interessanti le hanno registrate anche distillatori artigianali come Don Ciccio e figlio con il loro Amaro delle Sirene. Infine è ripartita la crescita anche di un altro nome storico tra gli amari, il mitico Jägermeister. Amari che vengono utilizzati molto spesso nel mix di realizzazione di cocktail a dimostrazione che anche su questo fronte è sempre di più il gusto amaro a prevalere. Ma questo potrebbe incidere anche sui gusti riguardo ai vini? Difficile immaginare che tutti i consumatori americani abbandonino la preferenza verso vini morbidi. Anche nei nostri recenti viaggi negli Usa abbiamo sperimentato ancora una volta come Cabernet Sauvignon, Merlot, ma anche Pinot Nero senza dimenticare tra i bianchi, lo Chardonnay, vengono quasi sempre proposti e apprezzati nelle loro versioni più rotonde, dove il legno fa sentire il suo apporto in termini di vaniglia e cioccolato bianco. Ma questo non deve far pensare che alcune cose stanno in effetti cambiando anche sul fronte del vino, soprattutto nelle fasce di consumatori più evoluti che sono alla ricerca sicuramente di sapori se non più audaci certamente più originali e autenticamente riconducibili a specifici vitigni e terroir produttivi. Ma soprattutto anche negli Usa, grazie alla costante crescita della cultura gastronomica si percepisce l'importanza dell'abbinamento dei vini a tavola. E quando si arriva a tavola non sempre la dolcezza aiuta. Su questo fronte l'Italia del vino ha una grande chance da giocare. Chissà che questa volta non siano proprio gli amari italiani a fare la volata alle nostre tante tipologie di vino non morbide.