Sideways il celebre film americano compie 20 anni. Una generazione dopo cosa è cambiato?

scritto da Agnese Ceschi | 12 Novembre 2024



Il film Sideways, diretto da Alexander Payne nel 2004, ha lasciato un segno indelebile nell'industria del vino e nella cultura enologica americana. Celebrando il suo ventesimo anniversario, questa pellicola non solo ha generato un "effetto Sideways" sui consumi di Merlot e Pinot Noir, ma ha anche reso il vino più accessibile e quotidiano negli Stati Uniti.

Quando il regista Alexander Payne ha girato nel 2004 il film Sideways, basato sul romanzo di Rex Pickett e che racconta la storia di due amici che visitano la Santa Ynez Valley in

California, probabilmente aveva in mente di fare semplicemente un film divertente.

Sideways dopo aver ricevuto cinque nomination agli Academy Award e Payne aver vinto per la categoria adattamento cinematografico, celebra il suo ventesimo anniversario quest'anno. "Non avrei mai previsto un simile impatto, sia in termini di popolarità che sull'industria del vino" spiega il regista al Los Angeles Times.

L'effetto Sideways

L'effetto di "Sideways" sulla regione vinicola in cui è stato ambientato e girato è stato incredibile: visitatori sono accorsi in massa nella Santa Ynez Valley in California per provare tour enologici a tema "Sideways" con alcune cantine del film come Foxen, Firestone e Kalyra. Quello che era noto come il Windmill Inn dove alloggiano i personaggi ora si chiama Sideways Inn.

Gli effetti significativi sono stati anche sull'industria del vino. La celebre scena in cui Miles urla all'amico Jack: "Se qualcuno ordina Merlot, me ne vado. Non berrò nessun c**** di Merlot" ha generato il cosiddetto "effetto Sideways", causando **un calo di vendite di Merlot del 2% a favore del Pinot Noir, che invece ha visto un aumento del 16%**.

Leggi anche: Il vino dei Gentiluomini

Dopo 20 anni, cosa è cambiato?

Oggi dopo 20 anni, il dibattito tra Merlot e Pinot Nero si è sicuramente smorzato. "Penso che l'effetto sia stato reale", spiega nello stesso articolo Zach Jarrett, proprietario del wine shop Psychic Wines. "Ma nel mondo del vino, penso che non abbia quasi più alcuna rilevanza, soprattutto perché **le persone vengono incoraggiate in così tanti modi ad assaggiare e usare il cuore e decidere se gli piace qualcosa o no**, senza

che venga detto in anticipo che sapore dovrebbe avere.”

Se c’è un impatto duraturo di “Sideways” che tutti continuano a riconoscere e celebrare, è che **ha cambiato il modo in cui le persone parlano di vino**, non solo rendendolo più quotidiano e accessibile, ma anche normalizzandolo per chiunque voglia immergersi in esso.

Il modo in cui gli Americani vedono il vino oggi

Il **personaggio centrale del film è Miles** (l’attore Paul Giamatti), in un certo senso **un outsider all’epoca** in cui è stato girato il film nel 2004. Miles era torturato dal suo gusto, che era diverso da quello della media dei consumatori, sarebbe invece sicuramente molto più a suo agio oggi, che la cultura del vino si è trasformata. Il tipo di entusiasmo per il vino che abbiamo visto tutti a Miles 20 anni fa è oggi presente più che mai. Senza un film come ‘Sideways’, il numero di persone che vedono il vino come qualcosa da inserire nella propria vita quotidiana oggi sarebbe sensibilmente inferiore. **Oggi il vino negli USA è una bevanda molto più comune** e richiesta e la curiosità che ruota attorno a questo prodotto è sensibilmente aumentata rispetto a 20 anni fa.

Punti chiave:

1. **Impatto culturale di *Sideways*:** Il film di Alexander Payne ha contribuito a rendere il vino più accessibile e parte della cultura quotidiana negli Stati Uniti, coinvolgendo un vasto pubblico.
2. **Effetto sul turismo enologico:** *Sideways* ha trasformato la Santa Ynez Valley in una meta iconica per il turismo enologico, con tour e visite dedicate alle cantine

presenti nel film.

3. **Il “Sideways effect” sul mercato del vino:** La scena celebre sul Merlot ha causato un calo nelle vendite di questo vino, con un contemporaneo aumento della popolarità del Pinot Noir, segnando un cambiamento nelle preferenze dei consumatori.
4. **Evoluzione della cultura enologica:** Oggi l’approccio dei consumatori è più aperto, spinto dalla curiosità e dall’esperienza personale, senza rigide preferenze predefinite come nel periodo post-*Sideways*.
5. **Legacy di *Sideways*:** Anche a 20 anni dall’uscita, il film continua a influenzare la percezione del vino, celebrando la scoperta enologica come un’esperienza per tutti, non più esclusiva per gli intenditori.