

# Vino e identità: come i ristoratori innovano le loro selezioni per soddisfare i nuovi gusti

scritto da Stefano Montibeller | 9 Ottobre 2024



*La selezione dei vini è un elemento chiave per definire l'identità di ristoranti ed enoteche. Attraverso le esperienze di tre imprenditori del settore, l'articolo esplora come le scelte dei vini evolvono per adattarsi alle tendenze di consumo, equilibrare gusti personali e richieste del mercato, e mantenere alta la qualità nonostante l'aumento dei costi.*

La selezione dei vini è uno degli elementi fondamentali che contribuisce a definire l'identità di un locale, sia esso un ristorante, una vineria o un'enoteca. Dietro ogni carta dei vini si cela un processo di scelta che riflette il carattere e

la filosofia dell'imprenditore, ma anche le necessità di adattarsi alle richieste del mercato e alle nuove tendenze di consumo. Per approfondire come questa selezione viene gestita in tre diverse realtà, abbiamo intervistato tre realtà differenti tra loro, scoprendo che, pur condividendo l'affidamento a distributori per la maggior parte delle forniture, ciascuno ha un approccio unico e in continua evoluzione.

## La selezione del vino: tra identità e cambiamenti nel tempo

Come racconta Emidio Marras di **Dal Vinattiere**, enoteca e osteria/vineria in Via Cadore a Milano, la selezione dei vini rispecchia il "carattere" del locale, ma deve evolversi con i tempi: "faccio questo mestiere dal '91, e ho assaggiato tantissimi vini che non mi sono piaciuti. Quelli che, invece, ho apprezzato, sono diventati la mia selezione. Col tempo, però, ho dovuto cambiare approccio. Oggi la mia selezione non è divisa rigidamente tra bianchi, rossi o bollicine, ma piuttosto in categorie come secchi, aromatici o dolci, per accontentare tutti i palati. Inoltre, non ho una suddivisione rigida per regione: può capitare che in un anno io mi concentri su una regione in particolare e, quindi, la mia selezione offra anche 20 etichette di quella zona".

Anche Antonio Rollo di **Vino al Vino**, una storica vineria milanese aperta nel 2008, ha adattato la sua selezione ai gusti della clientela: "all'inizio sceglievo le bottiglie in base ai miei gusti personali, ma ho capito che era necessario trovare un equilibrio tra ciò che piace a me e ciò che cercano i clienti. Ho sempre seguito due regole: ogni bottiglia esposta può essere servita al calice e acquistata senza sovrapprezzo. Questo mi permette di avere una selezione ampia con più di 5000 bottiglie, offrendo ai clienti la possibilità di sperimentare".

Nel caso del ristorante **Due Spade** a Cernusco sul Naviglio, Marzia Giavazza spiega che la selezione è studiata per rispondere a esigenze più ampie: “curiamo una selezione di circa 200 etichette, ma aggiorniamo frequentemente la nostra carta vini per mantenere un magazzino sempre ottimizzato. Oltre a soddisfare tutte le fasce di prezzo, la selezione deve adattarsi ai menu degustazione stagionali e offrire vini al calice che possano accontentare tutti i palati al tavolo”.

## **Tendenze e fasce di prezzo: il vino che vende di più**

Il modo di consumare vino è in continua evoluzione. Durante i mesi caldi, i bianchi dominano le vendite con più dell'80% delle richieste, mentre in inverno sono i rossi a essere più richiesti. Tutti i locali confermano, però, che i giovani preferiscono vini freschi, di pronta beva e minerali. Tra le nuove tendenze, inoltre, spiccano i vini a bassa gradazione alcolica e i vini 'no-alcol', sebbene la loro diffusione sia ancora limitata. Antonio Rollo di **Vino al Vino** spiega che da qualche anno si nota un crescente interesse per i vini a basso contenuto alcolico, soprattutto tra i giovani. Non ha una selezione ad hoc, anche perché non ha ancora ricevuto richieste specifiche di vini dealcolati o 'no alcol'. Esistono, però, molte alternative con alcol intorno agli 11 gradi che risultano particolarmente apprezzate. Specialmente bianchi e bollicine.

L'interesse per i vini di qualità non sembra tradursi in una riduzione della spesa. Marzia Giavazza di **Due Spade** ci racconta: “ora si ha voglia di sperimentare e non si ha paura di spendere per una buona bottiglia. Le coppie spendono tranquillamente anche 40€ per una bottiglia di qualità. Per avvicinare i miei clienti allo Champagne, che incute sempre un po' di “paura” tra i giovani, ad esempio organizziamo menu degustazione con abbinamenti selezionati di Champagne, molto apprezzati perché permettono di avvicinarsi con una spesa

relativamente contenuta a questo territorio”.

Emidio Marras di **Dal Vinattiere** racconta che la fascia di prezzo al tavolo si aggira tra i 25 e i 35€, mentre per l’asporto scende a 15-20€. Per i regali, invece, può salire anche fino a 50-60€. Quindi, l’enoteca fisica ancora permette di acquistare bottiglie di fascia di prezzo più bassa, ma il trend è comunque quello di una spesa maggiore alla ricerca di etichette meno convenzionali.

## **Meglio acquistare direttamente o affidarsi ai distributori?**

Il continuo aumento dei costi del vino, dovuto anche ai cambiamenti climatici, rende più difficile per i ristoratori scegliere tra acquisto diretto e distributori. Collaborazioni dirette con le cantine sono spesso riservate a casi particolari, dove il legame è consolidato e permette di avere delle assegnazioni di bottiglie numerate. In altri casi, i distributori diventano fondamentali. “Lavoro da anni con alcuni distributori e sono soddisfatta della collaborazione. Nonostante i prezzi siano aumentati, acquistando una certa quantità riusciamo a mantenere invariato il prezzo al pubblico e a garantire il margine corretto. Inoltre, grazie alla nostra esperienza, abbiamo il compito di comprendere le preferenze dei clienti, per cui è fondamentale avere un ventaglio di opzioni che possa soddisfarli” ha spiegato Marzia Giavazza di Due Spade.

Il mondo del vino, come le preferenze dei consumatori, è in costante movimento. Che si tratti di seguire le nuove tendenze o di mantenere la coerenza con la propria filosofia, per i ristoratori e i gestori di locali la sfida più grande rimane bilanciare le esigenze economiche con la qualità e la diversità dell’offerta. Collaborazioni con distributori ben informati e una gestione attenta delle scorte possono fare la differenza. È chiaro che per avere successo oggi è necessario

essere dinamici, attenti e, soprattutto, disposti a sperimentare e osare, sia con i vini che con i clienti.

---

## **Punti chiave:**

1. **Evoluzione della selezione dei vini:** I locali modificano continuamente le loro carte vini per riflettere sia la filosofia del proprietario che le tendenze di mercato.
2. **Tendenze di consumo:** I giovani prediligono vini freschi e leggeri, con una crescente curiosità verso vini a bassa gradazione alcolica.
3. **Fasce di prezzo:** La spesa per una bottiglia di qualità è in aumento, con i consumatori disposti a investire di più per etichette particolari.
4. **Distributori e acquisto diretto:** La collaborazione con distributori è fondamentale per gestire l'aumento dei costi e mantenere una selezione ampia e varia.
5. **Dinamismo e sperimentazione:** Per avere successo, i gestori devono saper adattarsi alle nuove tendenze e sperimentare con le loro proposte vinicole.

### **Come scelgono i vini ristoratori e gestori di locali?**

La selezione dei vini è basata su un equilibrio tra gusti personali, richieste dei clienti e tendenze di mercato.

### **Quali tendenze emergono nel consumo di vino?**

I giovani consumatori preferiscono vini freschi e a bassa gradazione alcolica, con un interesse crescente per i vini 'no-alcol'.

### **Quanto spendono i consumatori per una buona bottiglia?**

I consumatori sono disposti a spendere tra 25€ e 60€, con una tendenza crescente verso vini di qualità superiore.

### **I locali acquistano i vini direttamente dalle cantine o**

**tramite distributori?**

La maggior parte dei locali si affida a distributori per le forniture, ma in alcuni casi privilegiano collaborazioni dirette con le cantine.

**Come si adattano i ristoratori all'aumento dei costi del vino?**

I ristoratori collaborano con i distributori per mantenere prezzi accessibili e margini corretti, garantendo una selezione ampia e di qualità.