Gli americani nella scelta dei vini sono sempre più autonomi

scritto da Fabio Piccoli | 4 Novembre 2014



NEW YORK. Che bella citt@ @ New York. Ogni volta ci si torna con piacere e tra i buoni motivi per venire spesso nella Grande Mela vi @ anche la progressiva percezione che il vino negli Usa gode di buona salute.
Ne abbiamo avuto ulteriore conferma con la nostra indagine che

abbiamo svolto in questi giorni tra alcuni ristoranti di Manatthan, Brooklin e West Harlem. Per carit�, nessuna pretesa statistica, non era questo il nostro intento, ma un�inchiesta giornalistica attraverso alcune brevi interviste ai wine manager dei locali scelti e ad alcuni clienti presenti.
La sensazione che � emersa � che non solo la maggioranza dei clienti dei ristoranti selezionati (una decina) sceglie il vino come bevanda ideale per accompagnare pranzi e cene (spesso al calice come � bellissima usanza negli Usa quasi pi� che nel nostro Paese), ma che sempre pi� spesso fa scelte in autonomia con idee sempre pi� chiare.
“Una volta eravamo costretti a dare mille consigli, oggi quasi sempre i nostri clienti arrivano con le idee chiare e non sono sempre cos� scontate – spiega Massimo Schiavon, wine manager al Sirio nella mitica 5th Avenue, uno dei ristoranti del grande Sirio Maccioni, un uomo a cui il vino italiano deve moltissimo. E’ dai primi anni 70, infatti, che Sirio Maccioni – che tuttoggi, nonostante i suoi 82 anni, lo sempre si pu� incontrare gentilissimo nel suo ristorante pi� famoso il Le Cirque – non solo propone un’ottima cucina italiana ma è da sempre uno straordinario ambasciatore dell’enologia italiana.
“Per me il vino a tavola è un must e non riesco ad immaginare un piatto italiano senza un vino italiano. La forza dei vostri vini sta proprio nella loro straordinaria relazione il cibo. Mi domando perch l’Italia non abbia mai pensato proprio ad una pubblicit dei propri vini spiegando che per chi ama la cucina di qualit c’è solo una scelta: i vini italiani – ci spiega Paul – un cliente del Bar Italia, uno dei ristoranti di maggiore successo in questi ultimi anni a New York, di propriet di Denis Franceschini, un trentino ormai da oltre vent’anni nella Big Apple, con alle spalle anche una lunga esperienza dal grande Cipriani.
Andando un po’ pi in profondit cercando di capire meglio cosa stia aumentando la competenza dei consumatori statunitensi sul fronte del vino, emergono alcuni aspetti interessanti. La critica enologica tradizionale, a partire dal notissimo Wine Spectator continua ad avere un peso notevole

(d'altronde nonostante la crisi della carta stampata Wine Spectator conta ancora su circa 500.000 abbonati e le stime parlano di 7 lettori per ogni abbonato). In aumento vertiginoso sono le wine classes, corsi di varia durata (talvolta anche una sola serata) per imparare a conoscere meglio il vino e, soprattutto, come abbinarlo. Ormai sono moltissimi i cosiddetti wine educator, che addirittura tengono corsi direttamente nelle abitazioni private. Ne abbiamo intervistati alcuni e tra breve vi faremo sentire i loro racconti, decisamente interessanti. Infine, l'informazione via web, con un numero sempre più crescente di wine blogger, considerati spesso più autonomi nei loro giudizi rispetto ai media tradizionali.