Stati Uniti d'America: 50 Stati, 50 storie

scritto da Agnese Ceschi | 25 Ottobre 2019



50 stati, 50 storie diverse. Sicuramente ce ne andiamo dagli Stati Uniti, dopo l'intenso tour Simply Italian Great Wines Tour tra le città di Chicago, Los Angeles e Seattle, con questo importante insegnamento e con la convinzione che questa sia la strada giusta per approcciare il mercato americano oggi. La grande diversità di cui ci possiamo vantare in Italia in termini di produzione agroalimentare, la potremmo tradurre nella varietà che troviamo in questo complesso mercato, dove ogni Stato ha una diversa storia da raccontare, consumatori con differenti approcci al vino, background in termini di cultura del vino completamente opposti e che a volte può sembrare una ruota panoramica da cui cambia il paesaggio man mano che si sale e si scende.

“Gli Stati Uniti sono un continente e dunque ogni Stato ha le sue peculiarità in termini di consumo e marketing di vino che si deve adattare alla tipologia di consumatore e referente che troviamo in questi territori” ci ha spiegato **Laura Donadoni**, giornalista italiana e sommelier con base in America. “Per esempio paragonando le tre città del tour: Chicago è una città molto europea e dove lo stile europeo è molto presente, in cui i palati sono più raffinati e il consumatore ricerca anche vini meno conosciuti e un pò fuori dal mainstream. Parlando di California, invece, bisogna considerare che la west coast è un mondo a sé rispetto all’area est degli USA. Non dimentichiamo infatti che la California produce il 90% dei vini in terra americana e dunque quando ci si propone in questa regione bisogna tenere conto del competitor numero uno, che sono i vini locali. A Seattle, invece, producono vino, ma in misura minore, qui siamo in presenza di palati ancora diversi e di un sistema di regolamentazione e di importazione peculiare e a volte più difficile”.

Oggi il tour americano, organizzato da I.E.M di Giancarlo Voglino e Marina Nedic, ha fatto tappa nella città portuale della west coast al confine con il Canada, Seattle, la più grande città dello Stato di Washington. Terra di confine, ma anche di nuove tendenze, dove la conoscenza del vino è già consolidata.
Il punto di partenza da cui partire nell’analisi dello Stato di Washington è che presenta consumatori abituati a bere vino, che da una parte apprezzano molto i vini locali, ma allo stesso tempo anche quelli internazionali. “Qui trovate molti fan del vino, curiosi di scoprire anche prodotti che non conoscono, per questo i vini italiani e francesi sono molto richiesti” ci ha raccontato ai nostri microfoni **Nick Davis**, Master sommelier con base a Seattle.

“Seattle è conosciuta per essere un mix di cultura del cibo di mare e agricola” ha spiegato Davis. “La nostra cucina è perfetta per il vino italiano: una combinazione di pesce e

verdura e prodotti freschi. Stiamo anche assistendo ad una tendenza che coinvolge la popolazione più giovane che va verso i prodotti biologici, che si alterna invece ad un mercato più maturo, fatto di persone che apprezzano vini più standard”.
L’interesse per gli abbinamenti cibo-vino sembra essere una dominante tra le preferenze dei consumatori di Seattle secondo i professionisti che abbiamo interpellato tra una pause e l’altra tra le masterclass e durante il walk around tasting. A Seattle i consumatori sembrano essere molto portati ad un approccio al vino in abbinata al cibo, cercano e richiedono dei consigli di pairing. **Jeff Tweiten**, buyer di Vintage wine bar and shop, dove sono presenti circa 200 referenze di cui un 30% è vino italiano, ci ha confermato questa tendenza: “I clienti del nostro wine bar e shop richiedono vini provenienti anche da zone al di fuori dello Stato di Washington, dove comunque c’è una discreta produzione che ha fondato una buona cultura del vino. Negli ultimi due o tre anni però i vini italiani sono tra quelli più richiesti, per due ordini di motivi: hanno un buon prezzo e rapporto qualità-prezzo e sono quelli che meglio si combinano con i piatti proposti dalla cucina locale”. E quando gli abbiamo chiesto che consiglio darebbe ai produttori italiani, ci ha risposto: “Focalizzatevi di più sul food pairing e raccontateci le storie dei vostri vini e delle vostre aziende che sono quelle che amano i nostri clienti”.

Spostandoci invece più sul canale della distribuzione dei prodotti, **Peter Fritts**, selezionatore per la società di importazione Grape Expectations, che importa su più ampia scala, negli Stati di Washington, Oregon e California, ci ha raccontato che dal suo osservatorio i produttori italiani stanno facendo un buon lavoro tenendo un alto livello di qualità e un buon rapporto qualità-prezzo.
“Seattle è un mercato relativamente piccolo rispetto ad altre aree degli Stati Uniti, ma nonostante ciò l’interesse per il vino italiano è alto e i prodotti sono molto richiesti dai nostri clienti. Abbiamo un portfolio molto ampio dove i vini

italiani occupano una piccola parte per ora e dunque il nostro obiettivo è ricercarne di nuovi. La chiave di tutto è la formazione del personale che propone i vini: *education is always needed!*“. E chi ha orecchie per intendere, intenda!