

A lezione dagli chef a Vinitaly 2019

scritto da Giulia Tartaglione | 7 Aprile 2019



“Italian Wine in the Russian Market”: un dibattito accompagnato a una gara di cucina, uno degli eventi organizzati al Palaexpo in occasione della prima giornata di Vinitaly 2019. A presiedere Joe Bastianich and Aram Mnatsakanov. Il primo, celebre restaurant manager e protagonista del programma Masterchef, nonché imprenditore e produttore di vino; il secondo, ristoratore, chef e conduttore di Hell’s Kitchen Ucraina. L’evento ha avuto come fulcro un confronto relativamente a uno dei mercati più importanti a livello mondiale, quello russo. A seguire una piccola gara di cucina ha visto 5 studenti del CFP Manfredini di Este preparare un crudo di scampi da abbinare a un vino prodotto dalla cantina di famiglia del celebre chef, la Bastianich

Winery.

Cosa possiamo dire del mercato russo?

Aram Mnatsakanov ci porta una valida testimonianza che si collega alla sua linea di ristoranti: cinque a Petersburg, uno a Berlino, uno a Mosca, per un totale di più di 15 anni di esperienza nel settore ristorazione. Aram è convinto che il mercato russo continuerà a crescere, con il rischio di spodestare anche i mercati che fino a ora hanno dominato la scena ai primi posti: per questo è importante ampliare la conoscenza dei prodotti italiani, già largamente apprezzati. Tra le richieste di vino della sua clientela, Aram afferma che il 55% delle bottiglie ha nazionalità italiana. E tra le categorie di vino emerge in particolar modo quella sparkling.

“Fashion”. Così viene considerato il bere vino italiano tra i consumatori russi. La clientela russa ricerca specifiche informazioni sui prodotti, partendo dai metodi e dalle tecniche di produzione, fino ad arrivare alle storie di famiglia delle cantine e delle persone che la vivono quotidianamente. Si ricerca la tradizione, una delle opportunità sulle quali l'Italia deve continuare a investire, considerando le oltre 2000 specie autoctone presenti nel Paese. Un discorso, quello legato alle origini, che viene ripreso anche dal racconto della storia di famiglia di Joe Bastianich. Una famiglia con radici italiane, arrivata in America e legata al settore ristorativo e di produzione del vino. Passando dal consumatore russo a quello americano, lo chef conferma come anche il consumatore degli States sia ormai da considerare “intellettuale”. Sempre alla ricerca di originalità, di nuove esperienze, ma soprattutto attento alle informazioni del prodotto. Detto in poche parole: vogliono saperne di più.

La costante del dibattito è stata questa: informarsi e informare. Oltre alle caratteristiche dei propri prodotti, i produttori vitivinicoli italiani devono fare leva su informazione, origini e tradizione. E l'Italia ha tutte le

carte in regola per riuscire a farsi notare.