

Il rapporto degli americani con le carte vini

scritto da Fabio Piccoli | 20 Settembre 2016



Come sapete seguiamo con certo interesse i sondaggi che frequentemente, sul proprio sito www.winespectator.com propone ai suoi lettori. Non si tratta di indagini ad alto valore statistico ma danno indicazioni comunque interessanti sulle quali riflettere.

In questo caso ne abbiamo scelto uno che poneva il quesito “Quanto ampia dovrebbe essere una carta vini di un

ristorante?".

In sostanza veniva chiesto quanti vini si preferisce trovare all'interno di una carta vini. Le risposte proposte erano le seguenti:

- 1) meno di 90, non voglio perdere troppo tempo nella scelta e interferire così nella conversazione a cena;
- 2) tra i 90 e i 349, voglio avere una buona opportunità di scelta di prodotti di qualità capaci di abbinarsi bene al menù e abbiano prezzi adeguati;
- 3) da 350 a 1.000; voglio una approfondita e ampia scelta senza però perdere troppo tempo a sfogliare un tomo gigante;
- 4) più di 1.000, voglio la più ampia possibile opportunità di scelta e mi piace ricercare le rarità.

La maggioranza di coloro che hanno risposto al questionario (ben il 49%) ha scelto, e questo appariva abbastanza prevedibile, la risposta numero 2 e cioè una carta vini ampia ma studiata al fine di abbinarsi bene alla proposta gastronomica e con prezzi adeguati.

Un buon 35%, però, ha scelto la risposta 1 e si tratta sicuramente di quei consumatori che pur amando il vino non vogliono perdere troppo tempo nella scelta e probabilmente si affidano più facilmente al consiglio del cameriere o del sommelier. Coloro che invece hanno scelto le risposte 3 e 4 sono rispettivamente l'11 e il 6% dei circa 450 che hanno risposto al sondaggio.

Ci sembrano risultati abbastanza scontati che però sottolineano alcuni aspetti importanti. Il primo che le carte vini devono essere sempre più "studiate" e sempre meno "improvvisate", tenendo ben presente il proprio target di riferimento. Inoltre, appare sempre più evidente che l'ampiezza da sola non è sufficiente a certificare l'attenzione di un ristorante all'offerta vini, serve, infatti, personalità nella scelta. Leggo una carta vini perché so che chi l'ha costruita l'ha fatto secondo criteri in cui mi

riconosco. In questa direzione il rapporto tra produttori e ristoratori o comunque wine manager di ristoranti è strategico.

Molto importante è anche ricordare che i wine lovers che vanno alla ricerca di “chicche”, di rarità all’interno di una carta vini sono sempre una minoranza che per essere attratta, coinvolta deve essere stimolata da peculiarità uniche e ben riconoscibili.

Se dovessimo suggerire qualcosa ai “sondaggisti” di Wine Spectator, chiederemmo loro di aggiungere anche un’altra domanda la prossima volta: “preferite leggere una carta vini o affidarvi ai consigli di un ristoratore, cameriere o sommelier?”.