

Dolci abbinamenti...

Nel mercato attuale, dato il grandissimo numero di proposte presenti, è piuttosto difficile, per un normale consumatore, distinguere tra loro gli specifici vini e destreggiarsi fra le loro caratteristiche. Una delle strade che sta riscuotendo un interesse crescente per fornire della specificità e della personalità ai vini, e renderli più familiari al consumatore, è la strategia di utilizzare gli abbinamenti tra vino e cibo, in modo che possano essere fortemente efficaci per migliorare l'identità di un prodotto o la riconoscibilità di un marchio.

Del resto le liste di vini, cocktail, spiriti e birre presentate nei tablet messi a volte a disposizione degli ospiti di bar e ristoranti indicano spesso suggerimenti di abbinamento.

Questa tendenza è utilizzata sia da celebri Denominazioni, sia da nuovi prodotti appena lanciati sul mercato.

Ad esempio, la recente campagna pubblicitaria del Bordeaux, finanziata dal CIVB (*Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux*) ed ampiamente veicolata in blog e social network, dimostra come si cerchi di proporre in modo moderno e adatto ai nuovi consumatori gli opportuni abbinamenti tra cibo e Bordeaux, proprio puntando sul fatto che un vantaggio chiave per il consumatore è l'idoneità del vino con un determinato piatto.

Non solo i consorzi di tutela dei vini decidono di indicare degli



abbinamenti: molti produttori di bevande alcoliche stanno affrontando questo soggetto. Ad esempio, i produttori di Cognac o di Whisky propongono abbinamenti specie nel mercato asiatico.

Ma anche la birra segue questa strada: è rimasta celebre la prima campagna fatta nel Regno Unito della Birra Moretti, intitolata "Taste of Italy", che ha messo in risalto l'abbinamento della birra con l'autentica cucina italiana. I consumatori della Birra Moretti avevano anche la possibilità di vincere un viaggio in Toscana con la partecipazione a un corso in una scuola di cucina italiana.

Beninteso, il vino è di gran lunga la bevanda alcolica privilegiata quando si tratta di unirli ad un pasto, e questo rappresenta per il settore enologico un vantaggio considerevole.

TAPAS & WINE EXPERIENCE



I vantaggi degli abbinamenti

Le bevande alcoliche che sono in grado di combinarsi efficacemente a un pasto possono effettivamente migliorare l'esperienza vissuta dal consumatore e quindi possono influenzare la sua scelta in modo importante. In una recente analisi di mercato condotta da Datamonitor a livello mondiale, il 47% dei consumatori ha dichiarato di essere disponibile a pagare di più per una bevanda alcolica