



Le strade del Gusto

Email: info@lestradedelgusto.com

Tel: +39.347.00.65.805

Web: www.lestradedelgusto.com

IL TARGET DI RIFERIMENTO DELLA NOSTRA OFFERTA FORMATIVA

Dal portale turistico di Trip Advisor risultano attualmente presenti nella città di Cagliari, 972 attività ristorative, di cui 688 imputabili alla categoria "Cucina italiana", 134 appartenenti al gruppo che offre "Cucina Locale" ed infine soltanto 25 riconducibili al gruppo della "Cucina Raffinata", i restanti appartengono alla categoria dei ristoranti etnici. Un panorama importante in termini numerici e davvero variegato quello della città di Cagliari, dove si trovano ristoranti di eccellenza (sono ben 6 i ristoranti citati nella prestigiosa Guida Michelin, nella categoria stellata e in quella Bib Gourmand che premia il migliore rapporto qualità-prezzo). C'è anche un riconoscimento, molto prestigioso, per Cagliari, che viene nominata "Città gastronomica del 2021" per il Gambero Rosso. Nella famosa guida la motivazione del riconoscimento: "La città ha espresso un'incredibile vitalità nonostante i mesi durissimi della pandemia".

Tale premesse ci aiuta a comprendere quando sia complesso e competitivo il mondo della ristorazione, soprattutto nell'area metropolitana della città di Cagliari.

Il target di riferimento per l'attività di consulenza della nostra azienda è identificabile con tutte i ristoranti che intendono valorizzare l'importanza del vino nel servizio offerto ai loro clienti. Potenzialmente si tratta di ristoranti che vorrebbero sviluppare o che posseggono un buon assortimento di vini da proporre alla propria clientela ma che spesso sono stati selezionati seguendo esclusivamente dei criteri economici e commerciali, sottovalutando l'importanza della varietà dei vitigni e del corretto abbinamento con i piatti presenti nel menù. Spesso in assortimento sono presenti vini semplici e nettamente al di sotto della proposta gastronomica, generando così confusione nella mente del consumatore riguardo al reale posizionamento del ristorante sul mercato. Tali scelte derivano dalla mancanza di una corretta formazione nell'ambito enologico sia da parte della proprietà sia da parte del personale di vendita. Così accade che le bottiglie più importanti e costose rimangano invendute e si propongano alla clientela 2 o 3 referenze note, ignorando completamente i principi dell'abbinamento. La vendita del vino a tavola, se gestita in maniera adeguata, può assumere un peso importante nel fatturato giornaliero di un ristorante. L'attività di consulenza della nostra azienda coinvolge non soltanto la proposta enologica ma anche quella gastronomica in particolare quella offerta dai ristoranti di cucina tradizionale. Per poter presentare al meglio il proprio menù bisogna saperne raccontare le origini e le caratteristiche, aspetto spesso trascurato soprattutto nei confronti della clientela non locale.