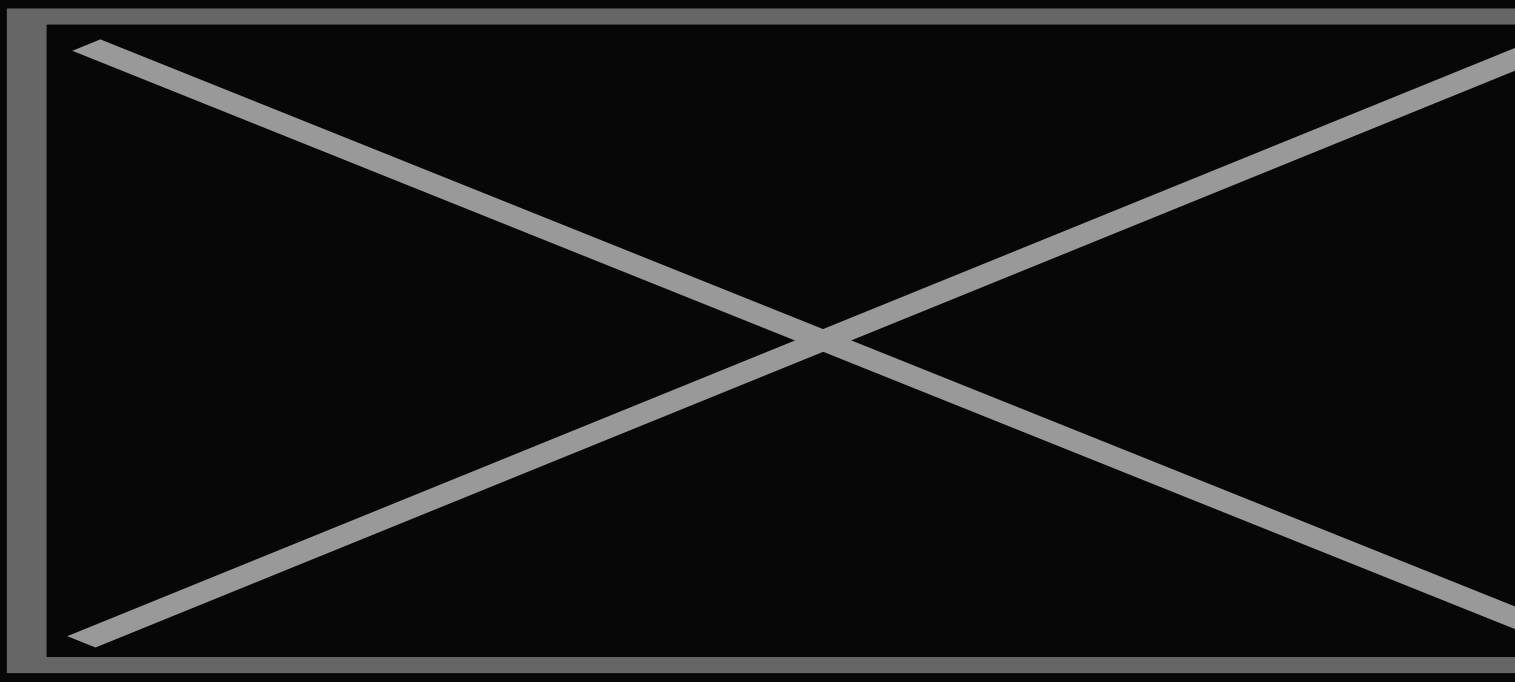
Drink list, si cambia! - Seconda Parte

drinklist-si-cambia-parte2-01-b5c66544

Nella puntata precedente abbiamo analizzato le regole basiche per la costruzione di un menu efficace. In sintesi: ogni carta va pensata in base al target del cocktail bar e coerentemente con le sue caratteristiche. Essenziale, poi, è che la drink list risponda a tre criteri: semplicità, chiarezza e sinteticità. “Il menu deve essere di facile lettura e succinto. I malloppi disorientano i clienti che finiscono con spazientirsi e ordinare un classico”, rimarca **Edoardo Sandri barman dell’Atrium Bar** del Four Seasons di Firenze. In questa seconda puntata vi parleremo della forma estetica adeguata e dei costi.

[caption id="attachment_159889" align="aligncenter" width="848"]



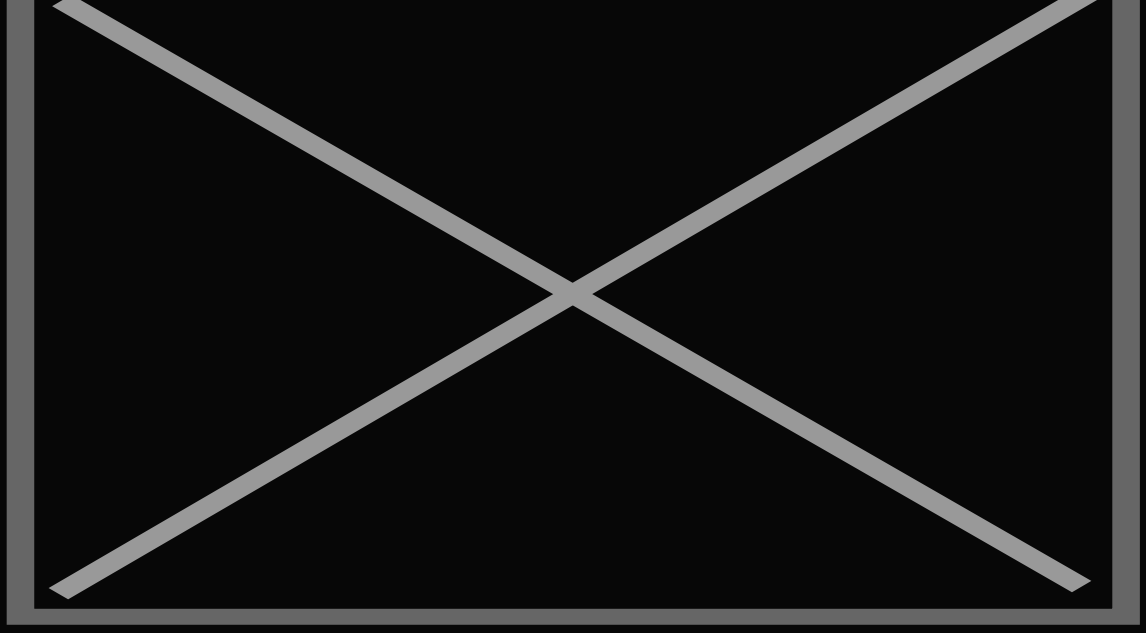
da sinistra: il cocktail menu del Blind Pig di Roma ; il menu dell'Atrium Bar che si presenta esternamente come un libro[/caption]

IMMAGINI

Partiamo dal discorso illustrazioni. Da un lato c’è chi punta tutto sul testo e non inserisce nessun tipo

di disegno o foto. Una strategia coerente con i locali di stampo classico, dai bar dei grandi hotel ai cocktail bar di lusso. Un caso su tutti: **Otivm Milano**, locale aperto di recente a Milano che ha scelto un menu trotradizionale privo di immagini. Dall'altro verso, c'è chi dà spazio a disegni, foto, sagome geometriche e quant'altro per creare cocktail list originali e artistiche. Scelta prediletta dai bar di ricerca o di tendenza che implica un alto rischio di compromettere semplicità e chiarezza a favore di un'estetica sorprendente. Detto questo, se si rimane con i piedi per terra è una strategia vincente. Qualche esempio virtuoso? Il **MAG di Flavio Angiolillo, Marco Russo & Co**, celebre per le drink list innovative e spesso interattive (una su tutte: quella dedicata nel 2015 al Gioco dell'Oca) che a volte diventano veri e propri magazine da sfogliare e leggere. O il **Surfer's Den** di Milano, che negli ultimi anni ha realizzato liste d'autore con disegni a colori firmati da Bianca Fiorentino, pensate per stupire e coinvolgere il cliente. E ancora: "Noi abbiamo appena lanciato la nuova drink list, un vero libro con 12 drink ispirati al tema della sfida, presentati in un mix di parole e segni. Il testo è stringato: ci limitiamo a ricetta, volume alcolico e a due aggettivi di descrizione del drink. I disegni, invece, sono di ampio respiro, illustrano il bicchiere del cocktail e i 24 personaggi protagonisti delle dodici sfide", racconta Edoardo Sandri. Chi opta per un menù illustrato si trova di fronte a una scelta: disegni o foto? La maggior parte degli intervistati preferisce i disegni. E anche noi. Intanto perché la foto deve essere davvero bella, altrimenti non è d'appeal (e i bravi fotografi costano più dei giovani bravi disegnatori). E poi, perché la foto è vincolante. Prendiamo il **Milord** di Milano, dove il menù è un diario scritto a mano e ogni ricetta è corredata da una foto polaroid. È lo stesso proprietario, il barman **Cristian Lodi**, a osservare: "La foto ha un grande limite: deve rispecchiare esattamente la presentazione del drink, perché il cliente può rimanere deluso nel ricevere un cocktail in un bicchiere diverso o con una distinta decorazione". Di conseguenza, "se si sceglie di realizzare un menù con foto è inammissibile trovarsi a un certo punto della serata sprovvisti di determinati bicchieri, guarnizioni ed eventuali cannucce", puntualizza. Infine, la foto ha una minore capacità di emozionare rispetto al disegno. È opinione condivisa da molti, uno su tutti **Giovanni Liuzzi**: "Personalmente non sono un fan delle foto nei menù perché privano del gusto della scoperta. Pensate se prima di un appuntamento galante con una donna le chiedessimo una foto dell'outfit! Ci rovineremmo la sorpresa. Al contrario, apprezzo l'utilizzo di disegni stilizzati in quanto forniscono informazioni utili, come ad esempio la forma del bicchiere, senza togliere nulla all'immaginazione".

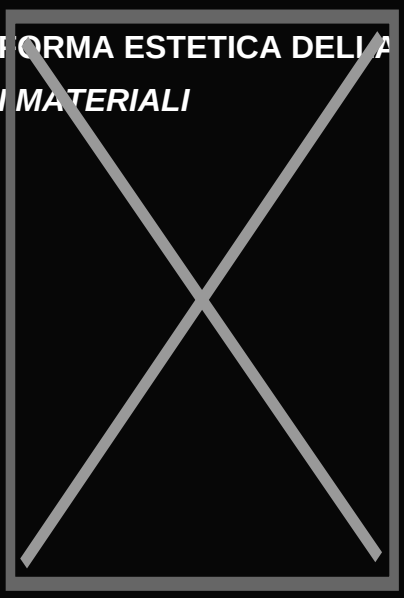
[caption id="attachment_159890" align="aligncenter" width="588"]



Al Surfer's Den la cocktail list diventa gioco da tavolo[/caption]

FORMA ESTETICA DELLA COCKTAIL LIST

I MATERIALI



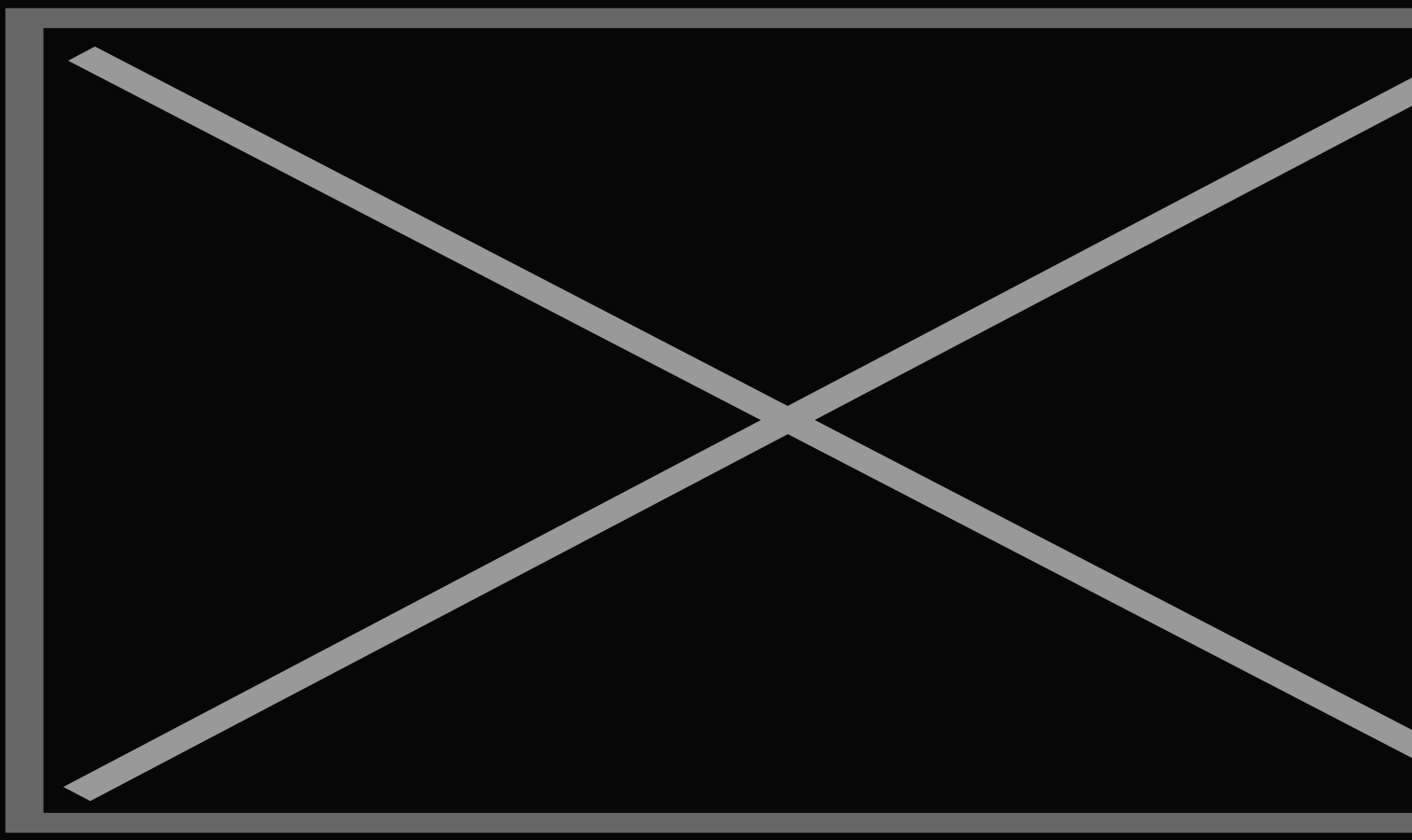
La parola d’ordine è originalità. Senza dimenticare la chiarezza. La cocktail list diventa così libro (Four Seasons), diario a spirale (Milord), carte (Surfer’s Den), **rivisitazione della palette di colori (Drinc Milano)**, ma quali materiali sono consigliabili? A costo di sembrare ripetitivi, ribadiamo che ogni scelta deve essere valutata ad hoc. Tuttavia, per orientarvi, vi possiamo dare dei macro consigli di massima. Primo, scegliete un materiale resistente. In caso contrario, prevedete di stampare un numero superiore di copie al necessario (ne parliamo nel successivo paragrafo) che vi permetta di rinnovare i menù usurati. Secondo, tenete presente che

anche il supporto del menù va scelto in linea con il tipo di locale. “Un bar chic deve dotarsi di un menù opulento e ricco, che renda subito l’idea di eleganza. Concretamente, questo significa innanzitutto scegliere carta dalla buona grammatura (più pesa, migliore è), selezionare il tipo di carta (marcata o liscia) e il colore (bianco, avorio, grigio sono i più adatti). Inoltre, occorre individuare un raccoglitore prestigioso. Una copertina di vero cuoio, per esempio, fa sempre il suo effetto. E ancora: è bene affidarsi a un grafico per l’impaginazione e la scelta dei caratteri”, spiega **Gianmario Artosi**, noto barman consulente. Va da sé che per uno street bar rivolto a una clientela giovane e informale sarà più consona invece una drink list innovativa per grafica, colori e materiali. E si potranno usare anche supporti poveri o riciclati come stoffa o cartoncini. “Personalmente, ho un debole per il cartoncino: ti permette di contenere i costi, è facilmente stampabile, è pronto in massimo tre giorni e grazie ai rivestimenti disponibili oggi è possibile ottenere qualsiasi tipo di texture desiderata. Senza contare che la riproduzione dei colori è molto fedele e il materiale è resistente”, commenta per esempio **Erik Viola, barmanager del Pinch – Spirits & Kitchen di Milano**.

IL FORMATO

Prima di tutto valutate lo spazio a disposizione degli avventori seduti e l’illuminazione del vostro locale. Se avete tavoli di piccole dimensioni, optate per menù poco ingombranti. E se la luce e tenue, attenzione al carattere e al colore del menù. “Le drink list del Pinch sono piccole, maneggevoli e resistenti. Visto che l’illuminazione è del locale è bassa stiamo attenti che il menù sia sempre leggibile. Inoltre, considerata l’alta presenza di turisti sui Navigli, noi facciamo sempre la carta in doppia lingua per agevolare la clientela straniera”, spiega Viola. “I formati sono quasi sempre A4 o A5, spesso in libretto rilegato. Di rado abbiamo fatto menù più grandi (come la drink list attuale che occupa lo spazio di un vinile doppio) o più piccoli (piegati a fisarmonica)”, spiega Viola.

[caption id="attachment_159892" align="aligncenter" width="871"]



da sinistra: Al Pinch, figurine da collezionare abbinate ai cocktail per invitare la clientela a provare tutta la drink list ; la mocktail list all'Atrium Bar[/caption]

COSTI

Quante copie è bene stampare rispetto al numero di posti a sedere, al tipo di location e al target di clientela? Dipende. “All’Atrium Bar del Four Seasons di Firenze abbiamo stampato 200 copie del menù. Tenuto conto che alcune copie della lista si rovinano o vengono rubate, in un bar lussuoso come il nostro è bene calcolare almeno 5 copie per seduta”, osserva Edoardo Sandri. Ma anche la tipologia di drink list va presa in considerazione. “Se il menù prevede una lettura singola e attenta serve almeno un numero di copie pari ai posti a sedere. Se la drink list è strutturata per esser condivisa si possono stampare meno copie”, precisa **Yuri Gelmini barmanger del Surfers’ Den di Milano**. E che incidenza ha il furto delle copie? “Si aggira tra il 15 e il 30%, in genere”, risponde Camboni. Idee per arginare il problema? Una la suggerisce Gelmini: “Al Surfer’s abbiamo scelto di regalare le copie del menù nell’ultima settimana di vita della lista. Una volta abbiamo anche provato a chiedere un’offerta libera. Risultato? Con il ricavato abbiamo acquistato due piante per il nostro giardino”.

Drink list, si cambia! - Prima Parte