Il sommelier. La carta dei vini fa la differenza

vini11-f0297a91



La carta dei vini esprime l’identità di ogni locale.

Ce ne sono di enciclopediche, divise anche in più volumi, minuziosamente compilate in ogni singolo aspetto, oppure altre che si limitano ad un solo foglio, con poche scelte ovviamente e indicazioni spesso incomplete, se non proprio errate. Sono le carte dei vini, strumento essenziale in un ristorante o in un wine bar, ma sempre più importanti anche in luoghi dove magari il consumo del vino non è la principale attenzione, pensiamo a bar o lounge di moderna concezione, ma che comunque consentono al cliente di sapersi orientare prima di chiedere un consiglio decisivo. Infatti, è bene subito sottolineare un primo punto: la carta dei vini non sostituisce, nel bene o nel male, chi sta dietro il bancone. Non può, quindi, rappresentare un alibi che consente a un cameriere o un addetto ai vini, per non parlare di un vero e proprio sommelier, di non doversi curare anche di questo aspetto fondamentale nel rapporto con il cliente. La carta dei vini è una delle tante carte di identità di un locale: consente al cliente di capire se viene posta attenzione o meno al nettare di bacco, e nel caso in che modo. Non esiste, in realtà, un unico modo né nel concepirla, concettualmente e graficamente, né tanto meno nella scelta delle referenze che andranno poi a caratterizzarla. Un tomo ricchissimo non solo di scelte, ma anche di informazioni, ma collocato nel locale sbagliato, per tipologia di consumo e target di clientela, può rivelarsi controproducente e inutile. Così come, naturalmente, una carta troppo essenziale pensata per un locale dove, invece, il consumatore tipo presta molta attenzione a questo aspetto.

Mai dimenticare il cliente e lo chef

Prima regola, quindi: pensare al nostro cliente tipo. Consuma vino? Se sì, come e quando? Seconda regola, decisiva: parliamo con lo chef. Una carta dei vini, in linea generale, non deve essere un mero

sfoggio di muscoli, con una scelta che mal si abbina alla tipologia di cucina che il nostro locale offre alla sua clientela.
Meglio possedere una carta dei vini snella, precisa, affidabile e coerente con lo stile dei piatti che lo chef concepisce, che non una debordante di scelte, ma completamente sfasata rispetto alla filosofia della cucina.
Infine: diamogli carattere e originalità. Certo, la divisione tra bollicine, bianchi, rossi e da fine pasto (passiti e distillati), divisi a loro volta geograficamente, è un grande classico intramontabile, che ha sempre una sua ragion d'essere.
Però, creiamo anche delle sezioni trasversali, tematiche, che mischino le carte e attirino l'attenzione del nostro consumatore su vini che, magari, rimarrebbero anonimamente chiusi nel resto delle referenze.
Un esempio? Pensiamo ad una pagina dedicata ai vini da vitigni autoctoni provenienti da diverse regioni.
L'Italia ne è talmente ricca che è un peccato non dargli un spazio preciso. Se ci piacciono realtà piccole e artigianali, sottolineiamolo dedicandogli una sezione ad hoc nella nostra carta dei vini.
Se in cucina si dedicano più piatti ad un ingrediente di stagione piuttosto che ad una specifica preparazione, affianchiamogli una selezione di vini che si sposino in modo eccellente.