Il vero giudice è il cliente. Anche quando ti chiami Adrià

Per anni l'alta cucina ha chiesto ai clienti di entrare nell'universo creativo dello chef. Oggi uno dei protagonisti della sua rivoluzione sostiene che debba accadere il contrario: è il cuoco ad adattarsi a chi siede a tavola. A dirlo è Albert Adrià, che in una lunga intervista concessa a Eleonora Cozzella per **Il Gusto**, in occasione del festival C'è +Gusto di Bologna, riflette sull'evoluzione della ristorazione contemporanea e sul proprio percorso, da elBulli a Enigma, il suo ristorante di Barcellona. A 56 anni, dopo aver contribuito insieme al fratello Ferran a cambiare il linguaggio della gastronomia internazionale, Adrià riconosce che oggi si tende più a reinterpretare che a inventare. Non è necessariamente un limite: la creatività procede per cicli e, secondo lo chef, i segnali di una nuova rivoluzione potrebbero già essere presenti, anche se ancora difficili da riconoscere. Nel frattempo, a Enigma, l'attenzione si concentra sul prodotto, sulla stagionalità e soprattutto sull'esperienza del cliente. Adrià racconta che ogni giorno due persone della brigata vanno al mercato, mentre il servizio cerca di adattarsi alle aspettative dei singoli tavoli, anche nella quantità di spiegazioni che accompagnano i piatti. Il principio è semplice: la creatività non può diventare un esercizio autoreferenziale. Un ristorante può sorprendere, provocare e proporre linguaggi nuovi, ma deve innanzitutto riuscire a far stare bene chi lo frequenta.

Nell'intervista Adrià affronta anche un tema particolarmente sensibile per la gastronomia italiana: il rapporto tra innovazione e tradizione. Ne riconosce lo straordinario patrimonio, ma ricorda le resistenze incontrate da chi ha provato a modificarne i codici. È una conversazione che merita di essere letta per intero, perché sposta continuamente il punto di osservazione: dalla libertà dello chef alla responsabilità verso il cliente, dal valore del prodotto al futuro della cucina domestica, fino alle ragioni per cui la Spagna ha saputo costruire un movimento gastronomico riconoscibile nel mondo. E offre un'occasione per riflettere su una domanda che riguarda anche la ristorazione meno celebrata: quanto spazio resta davvero al cliente quando il progetto gastronomico ruota attorno alla personalità dello chef?