

Il cliente vuole il Nord, il sommelier gli versa la Calabria

scritto da Stefano Montibeller | 27 Ottobre 2026



Da Gio Gio's, a Milano, l'head sommelier Michele Lax costruisce una carta che affianca Francia, Italia e produttori meno conosciuti. Nell'intervista racconta le richieste più frequenti, il ruolo delle proposte al calice e l'importanza di ascoltare gli ospiti. Un assaggio di vino calabrese mostra come il gusto possa superare le preferenze geografiche.

A Milano, in via Caminadella, Gio Gio's propone la cucina mediterranea di Raphael Duntoye, pensata anche per la condivisione. **Michele Lax, responsabile del vino**, ha già lavorato con lo chef all'estero e lo ha ritrovato in questo progetto. Dopo oltre vent'anni nell'ospitalità, osserva le abitudini dei clienti italiani da una prospettiva maturata in

mercati diversi. Ne nasce una carta ancora in evoluzione, dove Francia e Italia convivono, le bottiglie note affiancano produttori meno conosciuti e il lavoro in sala comincia dall'ascolto.

Quali richieste incontri più spesso ai tavoli di Gio Gio's?

Ci sono scelte che ritornano con regolarità. Tra i bianchi mi chiedono spesso **Lugana**; tra le bollicine, **Franciacorta**. Dopo l'estate ho visto prevalere i bianchi, mentre tra i rossi si muove soprattutto il Piemonte, insieme a vini di corpo non eccessivo. Sono osservazioni fatte qui, nei primi mesi di lavoro a Milano, ma sto ancora imparando a conoscere questo pubblico.

Non considero sbagliata una richiesta familiare. Se una persona sa già che cosa vuole, il mio compito è servirla bene. Quando però percepisco curiosità, provo ad aprire una possibilità in più. A volte basta **partire dai sapori che cerca**, invece che dal nome di una regione o di una denominazione.

Come costruisci una carta che tenga insieme l'identità del ristorante e gusti diversi?

La carta non può essere l'elenco dei vini che berrei io. Deve **parlare con la cucina** e offrire all'ospite un'esperienza completa, anche quando non chiede un abbinamento preciso. Da Gio Gio's la Francia ha spazio, per la storia del progetto e per il mio percorso, ma cerco anche produttori italiani piccoli e vini che raccontino territori meno immediati.

Serve equilibrio. Accanto alle etichette che aiutano il cliente a orientarsi voglio lasciare posto alla ricerca, senza perdere di vista il prezzo e la sostenibilità della proposta

per il ristorante. Ho inserito anche vini greci, per esempio, ma finora hanno incontrato poco interesse.

Il menu creato per la Vendemmia includeva un calice. Che cosa può fare una formula del genere per chi tende a ordinare sempre lo stesso vino?

Può rendere la scoperta più semplice. Nel menu era **compreso un calice**, con la possibilità di scegliere tra un bianco e un rosso; chi desiderava un percorso più ampio poteva chiedere altri abbinamenti al calice. Tra le proposte avevamo un Verdicchio e una Barbera d'Alba di Sordo. Volevo dare al vino un posto riconoscibile nell'esperienza, senza imporre un percorso a chi non lo cercava.

Per me il punto è aiutare le persone a **fidarsi del proprio palato**. Il nome di un vitigno o di un territorio può incuriosire, ma può anche chiudere la scelta prima ancora dell'assaggio. Il calice permette di provare qualcosa che forse non si sarebbe ordinato in bottiglia.

Nel servizio quotidiano vedi crescere la richiesta al calice rispetto alla bottiglia?

La richiesta del calice c'è, e per questo ritengo importante **offrire una scelta vera**. A pranzo capita spesso che un tavolo si fermi a un bicchiere, però c'è da dire che le persone devono tornare al lavoro o hanno altri impegni. La sera vedo situazioni diverse, anche tavoli che ordinano più bottiglie. Non leggerei tutto questo come una sola tendenza.

Nella mia esperienza noto anche una certa **esitazione a spendere per il vino**. Per questo il lavoro del sommelier non consiste semplicemente nel proporre una bottiglia più costosa,

ma deve far capire che cosa porta alla cena e trovare una proposta adatta a chi ha davanti.

Quanto conta oggi saper leggere l'ospite, oltre a conoscere le bottiglie?

È decisivo. Studio e assaggio sono la base, ma in sala devo **capire se una persona vuole essere guidata**, quanto è disposta a sperimentare e quale linguaggio usare. Non tutti desiderano ascoltare la storia di un produttore; con altri, invece, quella storia dà senso alla scelta.

Faccio questo esempio: una volta un cliente era convinto di volere soltanto un vino del Nord. Gli ho proposto un assaggio senza dirgli subito da dove venisse, dopo aver capito quali profumi cercava. Gli è piaciuto; **era un vino calabrese**. Non è un gioco che posso fare con ogni tavolo, né serve a dimostrare che una regione sia migliore di un'altra. Mi interessa che l'ospite possa riconoscere ciò che gli piace prima di escludere un vino per la sua provenienza. È lì che un consiglio diventa una scoperta.

Punti chiave

1. **Carta dei vini:** Francia e Italia convivono con piccoli produttori e alcune etichette greche.
2. **Preferenze dei clienti:** Lugana e Franciacorta ricorrono spesso, mentre tra i rossi emerge il Piemonte.
3. **Servizio al calice:** a pranzo è frequente un solo bicchiere; la sera si ordinano anche più bottiglie.
4. **Menu Vendemmia:** prevedeva un calice a scelta tra bianco e rosso, con ulteriori abbinamenti su richiesta.
5. **Consiglio del sommelier:** conoscere il gusto dell'ospite permette di proporre vini fuori dalle preferenze

territoriali.