

Un wine bar controcorrente: il caso Remedy Milano

scritto da Stefano Montibeller | 1 Ottobre 2025



Mentre Milano corre, il wine bar Remedy invita a fermarsi. Nessun turno, tempo illimitato e una cantina da 6.000 etichette costruita in vent'anni. Michele Bernardi, uno dei soci, ci svela la filosofia di un locale pensato come un rifugio per veri appassionati, dove l'esperienza del vino prevale su mode e frenesia.

Milano. Le regole non scritte della ristorazione milanese parlano di turni, prenotazioni al minuto e un'offerta spesso allineata ai trend del momento. In questo panorama, Remedy si pone come un'anomalia, un luogo pensato per **andare controcorrente**. Ne parliamo con Michele Bernardi, uno dei tre soci, per capire la filosofia dietro un wine bar che è, prima di tutto, un rifugio per intenditori.

Michele, la prima impressione di Remedy è quella di un locale che rifiuta la frenesia milanese. È una scelta di posizionamento precisa?

“Assolutamente. La nostra filosofia è quella del relax totale. Quando un cliente prenota, non gli diamo una fascia oraria con una scadenza. L’idea di dovermi stressare per andare a bere una bottiglia di vino e rilassarmi è un controsenso. Volevamo **creare una ‘casa’, non un locale**. Per questo abbiamo scelto un architetto che progetta solo case. Il messaggio è chiaro: vieni qui e sentiti a tuo agio. Puoi venire in giacca e cravatta o, come fa un nostro cliente abituale, in ciabatte. Non è un posto per chi vuole apparire, ma per chi vuole dedicarsi del tempo di qualità.”

Questo approccio sembra rivolgersi a un pubblico specifico, più che alla massa. Chi è il vostro cliente ideale?

“È l’**appassionato puro**. È il neo-sommelier che, dopo aver preso la ‘patente’, vuole venire in ‘autodromo’ a provare bottiglie che ha solo studiato sui libri. È il professionista che a fine giornata si ritaglia il suo momento con un sigaro e un calice di Champagne nella nostra sala fumatori. Non siamo un locale ‘intellettuale’, ma sicuramente siamo un luogo dove le persone vengono per concentrarsi sull’esperienza. È un posto per chi vuole sperimentare e approfondire, da solo o con amici selezionati che condividono la stessa passione.”



Una parte fondamentale di questa esperienza è l'accesso a bottiglie rarissime, anche al calice. Come è possibile offrire un Borgogna o un Caroni da 4.000 euro alla mescita?

“Questa è la nostra vera anomalia, ed è una scelta precisa. Servire queste etichette al bicchiere è insolito, ma è il nostro modo per **dare all'appassionato la possibilità di fare un'esperienza altrimenti irraggiungibile**. Non vogliamo che la nostra cantina sia un museo di trofei intoccabili. Usiamo il Coravin sul vino, con oltre 60 referenze sempre disponibili, dal vino da 15 euro al calice da 200. Vogliamo che la cantina viva e che le persone possano esplorarla. È un investimento nel cliente, un modo per dirgli: ‘Qui puoi toglierti quello sfizio che altrove non potresti’.”

Un modello del genere, con una cantina da 6.000 etichette, è un progetto enorme. Pensi sia un format scalabile o

replicabile oggi?

“No, è praticamente impossibile. Questa cantina è il risultato dell'unione delle collezioni personali di tre soci, costruite in vent'anni. Venti anni fa il vino aveva un costo, oggi ne ha un altro. Per realizzare una cantina del genere partendo da zero oggi servirebbe almeno il triplo del capitale, e parlo solo dell'acquisto delle bottiglie. I prezzi, specialmente in Borgogna, sono esplosi a livelli folli. È il frutto di una passione coltivata nel tempo, di acquisti fatti prima delle bolle speculative. **La vera barriera all'ingresso, è lo storico che abbiamo alle spalle.**”



Quindi, qual è la lezione che il settore può trarre da Remedy, se non è un modello replicabile?

“Che esiste ancora uno spazio per chi vuole fare le cose in modo diverso. Che c'è un pubblico di appassionati che non cerca il locale di tendenza, ma un luogo autentico, con un'anima. La lezione è che investire nella qualità dell'esperienza e nel tempo da dedicare al cliente paga, anche se va contro le logiche di massimizzazione del profitto a

breve termine. Remedy è un progetto di passione. Per quegli appassionati che cercano un rifugio dove esplorare, assaggiare e imparare, vogliamo essere il punto di riferimento. **Non cerchiamo di essere per tutti, ma per chi condivide la nostra visione, vogliamo essere il posto migliore.**"

Punti chiave:

1. **Filosofia controcorrente:** Niente turni e tempo illimitato per i clienti, creando un'oasi di relax contro la frenesia milanese.
2. **Target specifico:** Si rivolge ad appassionati puri e intenditori, non a chi cerca un locale di tendenza per apparire.
3. **Offerta unica:** Bottiglie rarissime e costose, come Borgogna e tanta altra Francia, sono servite anche al calice grazie al sistema Coravin.
4. **Cantina inestimabile:** Frutto di 20 anni di collezionismo dei soci, con 6.000 etichette il cui valore è oggi ineguagliabile.
5. **Modello non replicabile:** La storicità e il capitale investito nella cantina rendono il format di Remedy quasi impossibile da replicare oggi.