Cosa bevono gli americani sul Lago di Como?

scritto da Stefano Montibeller | 3 Novembre 2026



Al Filo di Lezzeno, il sommelier Luciano Gusmeroli racconta le preferenze di una clientela soprattutto internazionale, con una forte presenza americana. La carta conta quasi 200 etichette e affianca ai nomi più riconoscibili i vini lariani e valtellinesi. Mescita in rotazione, assaggi, cocktail a tutto pasto e proposte senza alcol accompagnano il servizio.

Barolo e Brunello restano riferimenti riconoscibili. Sul Lago di Como, però, la curiosità degli ospiti stranieri arriva anche ai vigneti lariani e alla vicina Valtellina. Al Filo, ristorante del Filario Hotel & Residences a Lezzeno, **Luciano Gusmeroli** incontra ogni giorno una clientela in larga parte internazionale, con una forte presenza americana. Il suo lavoro comprende il vino e la miscelazione, due osservatori sulle abitudini di chi si siede a tavola.

La cucina mediterranea di Alessandro Parisi, prevalentemente di pesce, orienta una selezione di **quasi 200 etichette**, italiana con l’eccezione degli Champagne. La carta cambia produttori, la mescita ruota e gli abbinamenti seguono l’evoluzione dei piatti. Nel servizio trovano spazio anche gli assaggi prima della scelta, i cocktail a tutto pasto e i vini senza alcol al calice. Ne emerge un modo di lavorare in cui la selezione continua anche al tavolo, attraverso il confronto con l’ospite.

Quali vini cerca la vostra clientela e quanto conta il territorio?

Il nostro pubblico è prevalentemente internazionale e **gli americani rappresentano la componente principale**. Quest’anno abbiamo visto anche una presenza francese maggiore rispetto al passato. Il ristorante è aperto agli esterni e nel tempo abbiamo fidelizzato una clientela italiana e locale.

Tra gli ospiti stranieri funzionano molto i vitigni internazionali, come Sauvignon, Pinot Grigio e Chardonnay, ma c’è anche interesse per i **vini del territorio**, dalle Terre Lariane alla Valtellina. Gli italiani guardano al locale e si orientano anche verso Toscana e Piemonte.

La richiesta di una bevuta più agile e fresca si avverte. Da noi prevalgono i **bianchi, soprattutto del Nord Italia**, mentre tra i rossi Barolo e Brunello mantengono un ruolo importante. Accanto a questi, il Nebbiolo valtellinese è molto apprezzato. A volte occorre spiegare le differenze rispetto al Barolo, ma gli ospiti le comprendono e le apprezzano. La freschezza dei vini valtellinesi si lega bene anche alla nostra cucina di mare.

Come costruisci la carta e come aiuti il

cliente a orientarsi?

Abbiamo quasi 200 etichette e lavoro sulla **rotazione dei produttori**. I cambiamenti seguono l'andamento della carta, senza una cadenza prestabilita. Ci sono molte realtà che considero valide e che desidero far conoscere. Il riferimento rimane la cucina, con cui il confronto è continuo.

Ho cercato di dare **più informazioni già nella carta**, inserendo indicazioni sul biologico e riferimenti ai vignaioli indipendenti, a Slow Food, a Triple A e a Demeter. Abbiamo anche vini naturali, segnalati per renderli riconoscibili. Il cliente oggi è spesso più preparato e desidera scegliere autonomamente. Questi dettagli gli permettono di farlo, mentre noi interveniamo quando cerca un consiglio.

Tra i più giovani vedo **maggiore curiosità per i vini naturali** e disponibilità a sperimentare. Gli ospiti con qualche anno in più tendono a rimanere sui classici e sui nomi che conoscono. Sono abitudini che osserviamo in sala e che cerchiamo di accogliere nella selezione.

Come lavorate sulla mescita e sugli abbinamenti?

Proponiamo circa quindici etichette al calice tra bianchi, orange, rossi e rosati. Considerando anche le bollicine arriviamo a una quindicina o una ventina di referenze. La **rotazione è frequente** e difficilmente concludiamo la stagione con le stesse bottiglie con cui l'abbiamo iniziata.

Il percorso a mano libera lascia molto spazio alla fiducia dell'ospite. Anche gli **abbinamenti** seguono questa impostazione e cambiano con le proposte dello chef, che rinnova il menu tre volte nella stagione e continua a lavorare su piatti nuovi. Per questo evitiamo percorsi di vini sempre uguali.

La carta al calice è una base di partenza. **Apriamo anche altre**

bottiglie, che possiamo proporre a voce senza inserirle ogni volta nella selezione scritta. La proposta nasce anche durante il servizio, quando il cliente desidera essere guidato e accoglie i nostri suggerimenti.

Quanto pesa il prezzo e come accompagnate una scelta incerta?

Nel nostro contesto il prezzo passa spesso in secondo piano rispetto al gradimento del prodotto. Abbiamo una clientela internazionale abituata a viaggiare e a frequentare ristoranti di questo livello. Al calice partiamo da **poco più di 10 euro** e arriviamo intorno ai **25 euro**.

Quando una persona è indecisa o desidera conoscere qualcosa di nuovo, possiamo farle **assaggiare anche due o tre vini** e lasciare che scelga quello che preferisce. Siamo un ristorante piccolo e riusciamo a dedicare questa attenzione. Per noi conta che il prodotto incontri il gusto dell'ospite e l'assaggio lo aiuta a scegliere con maggiore sicurezza.

Ti occupi anche di miscelazione. Che cosa osservi nel rapporto tra vino e cocktail?

Ci capita che un ospite scelga di **pasteggiare con uno o due cocktail**. Abbiamo lavorato anche su abbinamenti con i piatti di Alessandro Parisi, sviluppando un dialogo tra cucina e miscelazione che coinvolge la scelta degli ingredienti e il loro utilizzo.

La stagionalità e l'approccio zero waste hanno un ruolo importante in questo lavoro. Seguiamo la disponibilità degli ingredienti e cerchiamo di valorizzare anche le parti che normalmente vengono scartate. Per una preparazione dello chef con i piselli, per esempio, ho recuperato i baccelli, ricavandone un estratto utilizzato in un cocktail da proporre insieme al piatto. È un modo concreto per dare continuità al

lavoro della cucina e ridurre gli sprechi.

Tra gli spirits, negli ultimi anni ho osservato uno spostamento di interesse dal gin verso **tequila e mezcal**. Al bar l'atmosfera è raccolta e suggestiva, con il lago a fare da sfondo. Il servizio rimane **fresco e poco ingessato**, coerente con l'identità dell'hotel. L'obiettivo è mettere il cliente a proprio agio e capire come desidera vivere la serata, anche quando la sua scelta si orienta verso la miscelazione.

Quale spazio hanno oggi le proposte senza alcol?

La richiesta arriva da persone di età diverse, anche dagli ospiti americani. Abbiamo inoltre una clientela araba e ci siamo organizzati per offrire più possibilità. Sono entrati in carta **vini senza alcol, disponibili anche al calice**, e abbiamo sviluppato una proposta di cocktail analcolici più articolata rispetto al passato.

Le nuove **basi botaniche senza alcol** ci aiutano molto e permettono di costruire preparazioni interessanti. Abbiamo inserito anche un succo di mela, ampliando le alternative disponibili.

Fino a qualche anno fa **la richiesta di proposte senza alcol aveva un peso minore**. Oggi ci sono ospiti che desiderano accompagnare **un intero pasto senza bere alcol**, dall'aperitivo ai piatti successivi. Anche a loro vogliamo offrire una proposta curata, che dia piacere e li faccia sentire pienamente coinvolti nell'esperienza.

Punti chiave

1. **Clientela internazionale:** gli americani sono la

componente principale; crescono le presenze francesi e si consolida il pubblico italiano e locale.

2. **Carta dei vini:** quasi 200 etichette italiane, con l’eccezione degli Champagne, selezionate in relazione alla cucina mediterranea di Alessandro Parisi.
3. **Preferenze degli ospiti:** prevalgono i bianchi del Nord Italia; tra i rossi sono apprezzati Barolo, Brunello e Nebbiolo valtellinese.
4. **Mescita:** rotazione frequente, calici da poco più di 10 a circa 25 euro e assaggi per accompagnare la scelta.
5. **Alternative al vino:** cocktail a tutto pasto, vini senza alcol al calice e preparazioni analcoliche con basi botaniche.