# 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.