

Heinz Beck e Sensi by Heinz Beck: un'esperienza enogastronomica d'eccellenza a Tokyo

scritto da Alice Alberti | 13 Febbraio 2017



Due locali, due declinazioni del medesimo stile e arte enogastronomica italiana a Tokyo. Unico ristorante a portare il nome del celebre chef trisrellato, che ha scelto l'Italia come patria professionale, Heinz Beck rappresenta l'apice del fine-dining. Recentemente insignito dal Gambero Rosso con 3 forchette sulla prestigiosa guida 2017 Top Italian Restaurant International, è il locale ideale per chi desidera un'esperienza indimenticabile ed emozioni italiane nel cuore del Giappone.

Sensi by Heinz Beck è invece dedicato a chi desidera appagare i propri sensi, appunto, gustando l'ottima cucina di Heinz Beck in un ambiente vivace ed informale. Il locale inoltre propone diversi eventi a tema, in collaborazione con aziende italiane o calendarizzati in base alle stagioni ed alle

ricorrenze italiane e giapponesi.

Abbiamo intervistato il capo sommelier Masahiro Shibata per capire che ruolo svolge il vino all'interno di questi contesti d'eccellenza enogastronomica.

Come si compone la vostra carta dei vini? Che percentuale occupano i vini italiani?

La nostra cantina possiede circa 3.000 bottiglie. La carta è strutturata in modo da avere un'ampia selezione di vini italiani, soprattutto piemontesi e toscani, ma non solo. Nel complesso costituiscono circa il 70% delle etichette presenti. Un 20% è dedicato ai vini francesi, in particolare Bordeaux e Burgundy. Infine il rimanente 10% delle nostre scelte ricade su altri Paesi produttori.

Quali sono i criteri in base ai quali seleziona i vini da inserire in carta?

Cerchiamo di non concentrarci solo su vini "famosi". La nostra carta include piccole produzioni, vini naturali e vini prodotti con varietà autoctone. Per noi il criterio fondamentale è che il prodotto che andiamo a selezionare sia espressione autentica del terroir d'origine.

Che legame esiste tra lo stile di cucina che proponete e la vostra carta dei vini?

Da Heinz Beck pensiamo che i diversi ingredienti abbiano il potere di compensarsi a vicenda in modo da creare un'armonia perfetta. Il nostro obiettivo in quanto selezionatori di vino è quello di evitare in qualsiasi modo di andare ad intaccare l'equilibrio tra i diversi elementi che la cucina presenta. Pertanto i vini che proponiamo ai nostri clienti hanno lo scopo di esaltare i sapori dei nostri piatti, creando un abbinamento armonioso.

Chi altro, oltre a Lei, è coinvolto nel processo di selezione dei vini?

Ho deciso quali etichette inserire in carta su consiglio dello chef Heinz Beck, facendo riferimento alla carta dei vini del ristorante La Pergola, a Roma. Non abbiamo un Wine Director, tuttavia ascolto con attenzione i consigli e le opinioni di Marco Reitano, chief sommelier a La Pergola.

In che modo andate a proporre i vini ai vostri clienti?

Abbiamo tre modi per proporre i vini ai clienti: al bicchiere, alla bottiglia e in degustazione abbinata ai piatti. Devo dire che i clienti sono particolarmente interessati agli abbinamenti cibo-vino. Credo che la più grande qualità del vino italiano sia la sua diversità. Pertanto dare ai clienti la possibilità di combinare vini diversi all'interno della stessa esperienza gastronomica, permette loro di fare nuove scoperte. Attraverso le suggestioni derivanti dai vini italiani, i clienti hanno la sensazione di vivere un viaggio in Italia.

Che rapporto hanno i vostri clienti con il vino italiano?

Il vino francese è ancora il più popolare in Giappone, dunque i clienti non hanno ancora ben familiarizzato con il vino italiano. La sua straordinaria diversità risulta ancora difficile da comprendere per i consumatori. È importante per loro capire il carattere del vino italiano e per questo quando andiamo a proporlo cerchiamo di inserirlo nel contesto della cultura e delle tradizioni italiane. Vogliamo che i clienti comprendano appieno la differenza tra i diversi vini italiani, i terroir, le regioni d'origine e la varietà unica dei vitigni autoctoni.

In che modo i vostri clienti sono sensibili al prezzo?

I clienti sono molto sensibili al prezzo del vino. Tuttavia sono consapevoli che esso non include solo il vino in sé, ma anche una serie di elementi che garantiscono che il vino venga servito nelle migliori condizioni possibili e con un servizio adeguato. Prestiamo sempre il massimo dell'attenzione affinché nei nostri ristoranti il cliente viva un'esperienza del tutto soddisfacente.

HEINZ BECK e SENSI BY HEINZ BECK

1-1-3 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo Nissei Marunouchi Garden Tower

Tel +81 (0)332840030

ohtemachi@kpg.gr.jp

www.heinzbeck.jp