

# **La sfida del vino italiano a Praga tra consumatori esperti e chi con il vino si beve il cappuccino**

scritto da Alessia Venturi | 18 Gennaio 2016



Ci spostiamo nell'Europa centrale, di preciso in Repubblica Ceca, per scoprire come viene percepito il vino italiano dai consumatori cechi. Abbiamo intervistato Simona Maver, direttrice e proprietaria del ristorante italiano ed enoteca Vino di Vino, situato nel cuore della capitale, Praga. Rinnovato nella gestione e con staff interamente italiano, dal 2015 di proprietà della famiglia bergamasca Maver, Vino di Vino mantiene con costanza l'elaborazione di una cucina italiana di qualità. Prodotti originali e ricette tradizionali sono rielaborati con fantasia dal nuovo chef pugliese Matteo l'Altrelly, che già da tre anni è un collaboratore fedele di questo ristorante italiano. Ma Vino di Vino non si chiamerebbe così se i riflettori non fossero puntati su questa bevanda. A richiamare l'attenzione sono soprattutto gli scaffali pieni di bottiglie, una carta dei vini con ampie proposte, una cantina che vanta ben 400 etichette dove a farla da padrone è sicuramente il vino italiano. Accanto a vini e nomi di fama internazionale e bottiglie prestigiose di Barolo e Brunello d'annata, si possono trovare anche piccoli e medi produttori qui in esclusiva grazie all'importazione diretta con il territorio italiano.

Nella vostra carta vini offrite solo una selezione di vini italiani? Oppure avete a disposizione anche altri vini?

La carta dei vini si compone principalmente di vini italiani che occupano più dell'80%, ma abbiamo anche una piccola selezione di vini francesi, rossi, bianchi e Champagne, vini spagnoli e Cava, vini della Repubblica Ceca e Slovacca, vini dal Cile e dall'Argentina.

Come scegliete i vini per la vostra carta? Viene usato un criterio in particolare?

Gran parte dei vini segue, purtroppo, la tendenza comune; i cechi non sono abituati a spendere molto per una bottiglia di vino. Anche se la cultura enogastronomica sta molto migliorando e diffondendosi, per cui non c'è un vero e proprio criterio. Abbiamo una vasta quantità di etichette adatte a

questo mercato, dai grandi nomi che si vendono da soli a piccoli e medi produttori dove a vincere sicuramente è l'ottimo rapporto qualità/prezzo.

Che relazione c'è tra la cucina e la carta vini?

Il rapporto principale è sicuramente il territorio. Abbiamo un menù esclusivamente italiano per cui in carta la predominanza di vini italiani è spiccata. Cambiamo la carta dei vini stagionalmente, così come il menù e proponiamo abbinamenti che ben si accostano ai piatti.

Chi decide la selezione della carta dei vini? Esiste un Wine Manager?

Mi occupo io della scelta dei vini, sono titolare, insieme a mio padre, e direttrice di sala, nonché sommelier. È la mia passione!

Come vengono proposti i vini al cliente? C'è un sommelier in sala a disposizione del cliente?

Il personale del ristorante è preparato e in grado di accogliere qualsiasi richiesta del cliente, abbiamo una selezione di vini "a bicchiere" che consigliamo alla clientela che non vuole prendere una bottiglia intera o semplicemente vuole un abbinamento diverso con ciascun piatto.

All'interno dello staff di sala ci sono ben tre sommelier diplomati: lavorando a rotazione tutti i giorni si ha a disposizione un sommelier.

Qual è la relazione tra i vostri clienti e i vini italiani? Hanno un vino preferito che scelgono regolarmente?

Il vino italiano, così come la cucina, spopolano all'estero compresa la Repubblica Ceca. Non è difficile venderlo, soprattutto perché in Italia abbiamo uno standard molto alto di qualità rispetto ad altri Paesi. I clienti spesso seguono mode e tendenze ma capita anche che si lascino consigliare e assaggino volentieri vini provenienti da uve poco note, rimanendo piacevolmente sorpresi e soddisfatti.

Posso comunque affermare che i vini che vanno per la maggiore sono i vini delle grandi denominazioni piemontesi e toscane,

così come il Prosecco, ancora di difficile diffusione, però, per la bollicina metodo classico che non sia Champagne: è meno impegnativo e meno costoso, ma questo fa parte della cultura. Anzi ci sono ottimi spumanti metodo classico a buon mercato che farebbero concorrenza a qualsiasi Prosecco.

Quale è la sensibilità nei confronti del prezzo del vino da parte dei clienti?

La clientela è molto varia, c'è il cliente esigente che guarda molto al rapporto qualità/prezzo, quello intenditore o quello al contrario che si beve un bicchiere di vino insieme al cappuccino. La clientela russa e americana è più favorevole a spendere qualcosa in più per una bottiglia: i russi più per esibizione, mentre gli americani anche per passione o collezionismo. La clientela ceca, come dicevo, non è di portafoglio largo, ma se il vino è buono e il cameriere simpatico sono ben disposti.