

L'INTERVISTA AL NOSTRO SOMMELIER

**GAMBERO ROSSO**  


# La bevibilità come chiave di fiducia

In una realtà come **Pizzeria Ostu**, dove il lavoro sui lievitati e sul forno a legna è centrale, anche la proposta beverage segue una linea precisa.

**Paolo Furini**, sommelier del locale, racconta come la birra non sia un elemento che contribuisce a definire l'esperienza complessiva al tavolo.



## PIZZERIA OSTU

LIEVITATI, FORNO A LEGNA  
E UNA PROPOSTA BEVERAGE  
COERENTE E NATURALE.



“

La nostra idea è lavorare con una birra sincera, che si inserisca in modo naturale in quello che facciamo. Deve **accompagnare**, **non coprire**, e soprattutto avere quella **versatilità** che le permette di stare su più piatti senza creare rotture nel gusto.



“

Evitiamo birre troppo impegnative, quelle che ti fermano a una. Il cliente deve poter continuare a bere senza sentirsi appesantito, sia dal punto di vista gustativo che alcolico. Oggi il grado alcolico è sempre più osservato.



“

Quando vai al tavolo con un prodotto che ha una **reputazione consolidata**, il lavoro è più semplice. La qualità percepita aiuta, ma è l'**equilibrio** che fa davvero la differenza. Una birra con un amaro elegante, mai invasivo, che accompagna ingredienti semplici senza sovrastarli.



BIRRA SINCERA. SERVIZIO FLUIDO.  
ESPERIENZA AUTENTICA.  
ACCOMPAGNA, NON COPRE.

IN COLLABORAZIONE CON  
 **Krombacher**  
UNA SCELTA DI EQUILIBRIO

INTERVISTA COMPLETA  
SU GAMBERO ROSSO  
MENSILE DI MAGGIO

PAOLO FURINI

Sommelier  
Pizzeria Ostu



Con questo approccio entriamo in due contesti diversi, dove la **bevibilità diventa uno strumento concreto per costruire fiducia** con il cliente. Lo vediamo attraverso due figure e due locali differenti abbracciand.

In una realtà come **Pizzeria Ostu**, dove il lavoro sui lievitati e sul forno a legna è centrale, anche la proposta beverage segue una linea precisa. Paolo Furini (*foto a destra*), sommelier del locale, racconta come la birra non sia un elemento che contribuisce a definire l'**esperienza complessiva al tavolo**.

“La nostra idea è quella di lavorare con una **birra sincera**, che si inserisca in modo naturale in quello che facciamo. Deve accompagnare, non coprire, e soprattutto deve avere quella **versatilità** che le permette di stare su più piatti senza creare rotture nel gusto”.

In questo contesto, la scelta di una **birra alla spina equilibrata** diventa strategica anche per il ritmo del servizio. “Evitiamo birre troppo impegnative, quelle che ti fermi a una. Qui il cliente deve avere la possibilità di continuare a bere senza sentirsi appesantito, sia dal punto di vista gustativo che alcolico. È una cosa che oggi incide molto, perché **il grado alcolico è sempre più osservato**”.

Un approccio che si riflette anche nella vendita. “Quando vai al tavolo con un prodotto che ha una **reputazione consolidata**, il lavoro è più semplice. La qualità percepita aiuta, ma è l'**equilibrio** che fa la differenza. Una birra con un amaro elegante, mai invasivo, che accompagna ingredienti semplici senza sovrastarli”. Se nella pizzeria la bevibilità si gioca sull'abbinamento, nel pub diventa una leva ancora più evidente **nella gestione del banco**. Ivano Falzone (*foto a destra*), publican de **La Belle Alliance**, porta il discorso su un piano più ampio, legato anche **all'evoluzione del ruolo stesso del publican** negli ultimi anni.

“Una volta il publican era quasi un elemento di rottura. Se vent'anni fa entravi e chiedevi una birra chiara, spesso ti trovavi davanti a una proposta che complicava le cose. Era un approccio che rischiava di creare una distanza con il cliente”.

Oggi lo scenario è cambiato. Il modo di bere è diverso, più consapevole, ma anche più misurato. “Si beve meno, ma si beve meglio. Ed è qui che entra in gioco **la facilità di bevuta**. Per me una birra buona è quella che ti fa venire voglia di prenderne un'altra. Non è una



cosa automatica, succede quando hai davanti prodotti che scorrono davvero”.

Un concetto che si riflette anche nelle scelte di banco. “Negli ultimi anni si è visto un ritorno forte delle **basse fermentazioni**. Quando sono fatte bene hanno quella pulizia e quella scorrevolezza che accompagnano il cliente senza creare attriti. Sono birre di pronta lettura, senza asperità, e questo le rende estremamente efficaci nel servizio”.

Dal punto di vista del publican, il collegamento tra bevuta e numeri è diretto. “È chiaro che attaccare una birra più impegnativa è affascinante, ma spesso resta una scelta di nicchia. Ne vendi un fusto a settimana. Quando invece lavori con **una pils ben fatta**, che il cliente capisce subito e che scorre facile, i fusti girano. E lì il legame tra **bevibilità e guadagno** diventa evidente”.

Ma non è solo una questione di semplicità. Oggi il publican si muove all'interno di un'offerta ampia, dove prodotti e qualità non mancano. La vera differenza non sta nella scelta della birra più economica, perché il prezzo da solo non garantisce un risultato. Il punto è trovare un **equilibrio**, individuare un prodotto che funzioni davvero nel contesto del locale, che venga riconosciuto dal cliente e che contribuisca a farlo tornare.

