

LUOGHI

Sulla collina torinese dove il vermouth è il re della cena

—di Augusto Grandi | 20 gennaio 2017



A muse bouche con l'Americano della Cocchi che si trasforma in antipasto alle mandorle per offrire la sensazione di un aperitivo. E poi ancora il vermouth piemontese abbinato ai piatti in varianti ogni volta diverse. Per Stefano Chiodi Latini, seconda generazione di una famiglia impegnata in cucine stellate, la nuova sfida di Villa Somis, sulla collina torinese, passa anche attraverso la riscoperta degli aperitivi tipici della tradizione piemontese. Una scelta curiosa, perché lo chef non è un fan del chilometro zero o della tipicità tout court. Parte della materia prima è sicuramente subalpina, con la scoperta di alcuni produttori eterodossi di vini tipici, ma poi Stefano sceglie agnelli irlandesi ed erbe giapponesi o peruviane e colombiane. Una cucina di contaminazione, dove l'humus viene interpretato alla piemontese, con patate e porro. Ma dove l'Asia è sempre presente.



Una scelta coraggiosa tenendo conto che Villa Somis, a Torino, è considerata perfetta (anche per il giardino e la vista sulla collina) per banchetti di nozze e incontri aziendali. D'altronde i banchetti incidono per il 70% su un fatturato che supera i 600mila euro. Una garanzia che consente a Stefano ed al padre Antonio di sbizzarrirsi nelle due sale, ciascuna con una ventina di coperti (a fronte dei 190 a disposizione per i banchetti).



Stefano Chiodi Latini

Sale separate, con quella paterna dedicata ad una cucina rigorosamente vegana mentre Stefano non rinuncia alla carne ed ai suoi derivati. Cercando di coniugare l'alta cucina con prezzi abbordabili. «Perché Torino – spiega – non è come Milano, Venezia o Roma. Qui la gente ha difficoltà a spendere 200 euro per una cena gourmet». Dunque occorre lavorare sui grandi

numeri per offrire portate di qualità assoluta ma a prezzi abbordabili da chiunque. E l'esperienza dei banchetti aiuta. Anche se non tutti sono interessati ad una cucina d'autore per il pranzo di nozze o la cena aziendale. Qualcuno predilige la quantità ed il numero delle portate, «però sta crescendo la richiesta di menu meno banali, con proposte più interessanti, di alta cucina».



«Ormai – conclude Stefano Chiodi Latini – la sala vale quanto la cucina. Capire i gusti e le possibilità di scoperta del cliente è fondamentale per proporgli un tour gastronomico in grado di conquistarlo e di farlo ritornare».