

“Non credo nel pairing, credo al vino (in esclusiva) in pizzeria”. Parla Daniele Mari profeta dei bicchieri girevoli

9 Giugno 2025



ROMA – “Sono ossessionato dal vino, è la prima cosa che penso quando apro gli occhi la mattina e l’ultima quando mi addormento. Cerco sempre il nuovo, sperimentare, capire, dare un’impronta mia personale. Bevo bianchi quasi tutti fuori dalla glacette, amo lo Champagne non freddissimo, ho inventato il format dei bicchieri girevoli perché durante la serata il vino cambia di temperatura e di gusto, faccio capire che è meglio far riscaldare lo Chablis che raffreddarlo, per non mortificarlo. Cerco di fare scuola insomma”.

Trent’anni di mestiere, partito da autodidatta perdendo il terzo anno alle superiori per correre

via a Bordeaux e fare la sua prima vendemmia irretito dagli scritti settimanali (in edicola) di **Luigi Veronelli**, diplomato sommelier a 18 anni, poi un master, tanta scuola sul campo e altrettanta ossessiva ricerca tra piccole maison e molti viaggi, da 3 anni a questa parte **Daniele Mari**, classe 1979, romano cresciuto ai Castelli, è direttore di Clementina, pizzeria d'avanguardia di **Luca Pezzetta** sul porto peschereccio di Fiumicino (Roma).

Un luogo magico dove Mari fa vibrare la già imperdibile e originale proposta food con inediti sorsi di Francia e Italia ricercati personalmente come farebbe un pescatore di perle.

La sua è una carta del bere unica nel suo genere, indipendente da percorsi commerciali arrivata a contare 390 etichette organizzate tra famiglie e tipologie di vini puntando ad esaltare i topping moderni (e con il pesce) della pizza di Luca, e gli originali antipasti, sfogliati, fritti.

Mari, il mercato globale del vino e i consumi sono in acclarata recessione, come sta adeguando la sua carta del bere?

Rispondo andando a ritroso, Il vino in pizzeria esiste da tantissimi anni, uno dei primi a introdurlo, se non il primo, è stato Giancarlo Casa con la sua Gatta Mangiona oltre venti anni fa, io avevo la metà degli anni di oggi e già trovavo una selezione di vini, whisky e distillati che lo discostavano dalle pizzerie tradizionali. Oggi siamo di fronte quasi a una necessità per quanto mi concerne. Il mio ingresso da Clementina ha rivoluzionato la carta del vino, forse l'unica con un'identità fortissima, una ripartizione completamente diversa dalle altre, un concetto che si è evoluto negli ultimi 3 anni mostrando al mercato e agli imprenditori che il vino in pizzeria funziona, molto meglio della birra.

Perché?

Perché fondamentalmente è cambiata la pizzeria: oggi è ristorazione applicata ai lieviti.

In una situazione di crisi dei consumi come si difende l'identità di una proposta come la vostra riconosciuta per l'originalità di impasti, topping e proposte enoiche?

Clementina ha la forza di avere 4 Champagne, 2 Franciacorta, 1 azienda della Transilvania e 1 del Collio in esclusiva assoluta, cosa che rende la nostra pizzeria un unicum nazionale, è la direzione nella quale credo fortemente.

Nella spirale negativa dei consumi pesano anche le nuove sanzioni previste dal Codice della strada

Di fronte a questo problema non rimango bendato, ho elaborato una pagina intera di vini liberi o naturali che mi piacciono ma non apprezzo totalmente. Dal prossimo anno ci sarà una sezione dedicata al bere diversamente annoverando dealcolati e fermentati per dare la possibilità a tutti di abbinare la complessa proposta di Luca con un bere alternativo.

Intanto come vi orientate?

I prodotti già ci sono, ne abbiamo assaggiati a decine, credo di aver provato almeno 20 kombucha e altrettanti rifermentati senza alcol, francesi e italiani, li compriamo comunque e li facciamo girare, il cliente li prova e in base alle risposte che ci danno andremo ad inserirli.

Una miscita alternativa?

Non abbiamo miscita scritta ma una miscita che gira per quel giorno. Proprio poco fa tardavo a rispondere alla chiamata concordata per l'intervista perchè avevo in frigo 6 prodotti completamente nuovi del Lazio che stasera (lunedì 19 maggio, ndr) aprirò all'assaggio. Quotidianamente faccio girare vini diversi che quasi sempre non sono in carta, in maniera tale da studiare la risposta del cliente. Ci piace l'idea del laboratorio, la ricerca continua, sperimentazione e formazione esattamente come nel concetto di pizzeria di Luca.

Come prendere le distanze dal mainstream

Esatto. Non è semplice entrare in carta da Clementina, la ripartizione dei vini è del tutto inusuale, tra bianchi e rossi non ho divisioni, né tra regioni, raggruppo per famiglie: Viogner, Chablis, Sauvignon Italia vs Francia. Perciò una nuova Passerina mi può anche piacere il problema è in quale ambito inserirla.

Cosa pensa in cuor suo del bere alternativo?

Cerco sempre di separare il Daniele professionista dal Daniele consumatore, trovo che siano prodotti tutti interessanti ma devo dire che non li consumerei mai al tavolo. Però riesco a immedesimarmi nel cliente. Credo che quei prodotti prenderanno piede ma faranno fatica e che comunque bisogna educare il cliente a bere un dealcolato o un rifermentato senza alcol oppure una kombucha sulla pizza, una cosa mai fatta prima. In questo momento il soft drink va per la maggiore perciò bisognerà spiegare che cos'è la kombucha, come un vino diventa dealcolato. Sarà un esperimento ma lo faremo, cercheremo di investire il giusto, è una fetta di mercato che non si può ignorare.

Pairing pizza-cocktail, come la vede?

I cocktail mi piacciono molto soprattutto in pizzeria per iniziare. Lì è una questione di cultura, innanzitutto il cocktail è un bere più impegnativo, puoi bere 1 bottiglia di vino in 2 ma lungo una cena o in una pizzeria come Clementina che vanta un'offerta incredibilmente articolata solo cocktail non può bastare, quanto meno ne bevi 2 durante la cena e l'impegno alcolico fa la differenza. Quindi cocktail sì per aprire, o anche per chiudere, ovviamente in mezzo c'è la bottiglia di vino (sorride, *ndr*). Mentre non credo molto nel pairing. Lì si passa dal gusto dolce all'amaro all'acido al profumato e trovo un po' di difficoltà, penso dovrei abbinare la Capricciosa di mare di Luca con un cocktail all'ananas? un analcolico alla fragola? non saprei proprio.

Il futuro è nebuloso?

Lo vedo con le pizzerie che consumeranno sempre più vino e più cocktail sicuramente. Questo porterà i miei colleghi a formulare carte del bere sempre più intelligenti e personali, ben venga in un panorama a mio avviso statico. Troppo spesso nelle pizzerie più rinomate vedo delle lunghissime liste della spesa con certi distributori che la fanno da padrone, che riempiono i locali, anche i ristoranti, con le solite etichette. Lo trovo molto poco divertente, ti mettono un catalogo davanti e tu scegli i vini che vanno per la maggiore. Credo che per far aumentare il consumo del vino toccherà fare un minimo di ricerca in più per poterla rendere più interessante.

Una carta vini lunga e complessa può creare confusione e rendere difficile la scelta del cliente, come aggira l'ostacolo?

Una carta corposa e ragionata serve per avere un grande impatto, il cliente che si perde è quello che ha fretta. Quando una carta dei vini è bella la leggi con attenzione, non è una sciocchezza, non è una scelta da liquidare in 30 secondi "perché tanto è vino". Scegliere dalla carta dei vini richiede il tempo necessario o almeno pari a quello della carta del cibo, scelto cosa mangiare si passa alla carta dei vini prendendosi del tempo. Io la penso in questo modo, ovviamente non va sempre così. Ma questo mi agevola perché il cliente mi guarda e chiede di affidarsi a me che l'ho messa insieme, e mi dà la possibilità di sperimentare. Così è nata l'idea dei bicchieri girevoli.

Sarebbe a dire?

È la rivoluzione di quest'anno qui da Clementina: 4 vini o anche 5 secondo quello che ho da aprire, che entrano in combo all'inizio senza ancora ordinare la pietanza. Quattro mezzi bicchieri (quindi 2 interi) con cui ci si diverte ad assaggiare le cose che fa Luca, tantissime, con una bollicina e anche un rosso nella batteria che alla fine della serata scopri quanto ci

stavano bene: quel rosso con l'antipasto, la bollicina sulla pizza, però anche il rosso si armonizzava bene.. restituendo un'idea di pairing del tutto personalizzata.

Perciò a suo avviso i vari consigli per un corretto wine& food pairing lasciano il tempo che trovano?

Sostengo fermamente il concetto che l'abbinamento cibo-vino non esiste, è del tutto personale e nessun grafico matematico lo può spiegare, è un fatto sperimentato sul campo. Ho avuto tavolate che hanno bevuto 4 vini diversi su uno stesso supplì tanto per fare un esempio, risultato finale ciascuno dei commensali aveva sperimentato un'idea diversa nell'abbinamento. Cosa significa questo? Che la percezione del palato è differente per ognuno di noi. Quindi lascio libero sfogo anche per far divertire, d'altronde la pizzeria per definizione è luogo di spensieratezza e semplicità, da noi ci si diverte tanto col cibo e io cerco di divertire allo stesso modo con il vino. Riempio la tavola di colori, rosso, bianco, rosato, e spiego al cliente di non fissarsi sui preconetti, non darsi regole, non partire necessariamente dalla bollicina, piuttosto dare un morso al cibo e provarci sopra 2-3 vini. I più attenti danno grandissime soddisfazioni, si divertono tutti, nessuno che abbia da criticare perché alla fine è un gioco.

Nessuno mai che chieda altro da bere oltre la batteria girevole?

Magari un passito per il dolce sì, oppure può capitare che chiedano "un altro goccio" di un vino già provato e che più di tutti li ha colpiti. In quel caso faccio un refill, certamente.

Dice di voler fare scuola, lasciare un'impronta, i ragazzi di sala la appellano Prof (Profeta). Si sente tale?

Niente affatto. Il soprannome me lo porto dietro da ragazzino, gli amici mi chiamavano così perché parlavo poco ma quando lo facevo indovinavo sempre. Poi un giorno presi 6 vini su 6 alla cieca (mi capita spessissimo in realtà) e allora da lì i ragazzi hanno cominciato a chiamarmi Prof.

Tornando al segno che intende lasciare?

La formazione mi è sempre piaciuta, attualmente trasmetto ai clienti, la cosa complessa è farlo con i dipendenti. Bere bene è materia immensa e in perenne evoluzione, io ci ho messo 30 anni ad arrivare, mi piace far capire ai ragazzi come ragiono sul tema, la scelta delle etichette. Tant'è che quando non ci sono e passa un agente sono i miei ragazzi a filtrarlo per primi...